הארץ מולטימדיה
http://www.haaretz.co.il/captain

קפטן אינטרנט



גיליון מס' 76 • 18.8.98

שיתביישו הצעירים!

עמ' 12

המיטב של WIRED

מי זוכר מה זה פלאג־אין? עמ' 10







העכבר ששאג עמ' 4

אוהבים את הביחד עמ' 6

מצב העיצוב ברשת עמ' 8

דו"ח אמין

מספרים מדברים:
כמה נכנסים ליאהו!
וכמה לוואלה! עמ' 7



למוסיקאים ממוחשבים שרוצים לאלתר יחד און־ליין יש מקום מפגש אחד באינטרנט: רס רוקט. באתר, שצמח מאז השקתו לפני שלוש שנים, מאתר מו־סיקה צנוע ל[illegible]ן ג׳אז שמשרת קהילייה של 14 אלף מוסיקאים, מבקרים גם מפורסמים, ד[illegible] דייב סטיוארט מה״יוריתמיקס״ ומאט בלאנק (״האורב״). בצפוי מהמקום היחיד המציע ג׳ם סשנס מקוונים, רס רוקט פותח השבוע את שעריו גם לאלה שאינם מוסיקאים מקצועיים, ומציע אזור שבו אפשר להשת־תתף ביצירת מוסיקה משותפת, ובחינם.

האתר מעמיד לרשות מבקריו תוכנה שמאפשרת לססנתרן בלוז בשיקגו, נגן באס ביוו[illegible] נוסף אלקטרוני בלונדון לג׳מג׳ם יחד 24 שעות ביממה. להקות מקצועיות המשתמשות בשירות רס רוקט לעיבוד קבצים של יצירות שהקליטו, משלמות רק 500 דולר לשנה בעבור השירותים באתר.

[illegible]ארבעת המייסדים: קנטון בקר, מאט מולר, וילי הנשל וטים בראן – [illegible]טודנטים בריטים שהם מוסיקאים חובבים – חתמו זה עתה על הסכם עם חברת האחים וורנר, שתפיץ תקליטורים ועליהם האלתורים הטובים ביותר שנעשו באתר. בשנה הבאה הם מקווים לשדרג את האתר לאיכויות דיגיטליות – לדבריהם, ״כדי שהוא יישאר המקום שבו קורים דברים״.

http://www.resrocket.com

עכבר הכפר

ברצינות? ״בעוד 20 או 30 שנה נוכל להחזיק בכף יד אחת את כל כוח החישוב שיש היום בעיר שלמה, או אפילו בעולם כולו״ **(דגלאס אנגל־ברט, בן 73, ממציא העכבר).**

הפה שלו ברשותו ״השאלה, ׳האם מותר לי להכניס קישור אל האתר שלך?׳ ממש מרגיזה אותי. לי ולך יש זכות לדון בכל עניין, ואף אחד לא צריך לבקש ממישהו רשות לשוחח עליו״ **(טים ברנרס־לי, ממציא ה־World Wide Web).**

זה הרוח השובב ״קשה מאוד להדק את הפיקוח על הרשת, משום שהמידע זורם בה כרוח שאינה ניתנת לעצירה. ברגע שמנסים לחסום את הגישה, אנשים מוצאים דרכים אחרות להגיע לאותו מידע. האינטרנט אינו ניתן לשיטור״ **(פרופסור ג׳י.אס ראו מאוניברסיטת ברונל, בשיחה על חופש המידע בסין).**



מממ... ״האינטרנט הוא קץ הציוויליזציה והאתיקה... אחד האמצעים האמריקאיים להיכנס לכל בית בעולם. הם רוצים להפוך להיות מקור השליטה היחיד בבני אדם בכפר האל־קטרוני״ **(Yahoo Internet Life מצטט את מאמר המערכת ב״אל ג׳ומבורייה״ העיראקי).**

החצ׳קון הווירטואלי ״לוקח זמן עד שטכנולוגיה חדשה, שטרם אולפה בידי משתמשיה, הופכת למדיום מושך. כל מדיום עובר תקופת התבג־רות, והאינטרנט עובר אותו בצורה קשה במיוחד״ **(פול סאפו, עתידן).**

כשאתה צודק, אתה צודק ״לנסות להעריך עכשיו את החשיבות והמשמעות המלאה של האינטרנט, זה כמו לשאול את האחים רייט על ספ טיסת הבכורה שלהם, אם הם מודעים ליתרונות של כרטיס הנוסע המתמיד״ **(בראן פרן, דמיונאי ראשי בחברת דיסני).**

ברוס שנייר הוא נשיא Counterpane Systems (http://www.counterpane.com), חברת ייעוץ להצפנה ולאבטחת מידע. הוא תיכנן את האלגוריתם Blowfish שעדיין לא נפרץ, כתב כמה ספרים על אבטחת מידע שנמכרו היטב, יש לו רשימת דיוור פופולרית, הוא כותב אורח במיטב מגזיני האינטרנט בעולם ומרצה מבוקש באותם תחומים ממש.

בשבוע שעבר כתב שנייר מאמר ל״מרקורי־ניוז, שנקרא ״האינטרנט הוא מקום רעוע״ (http://www.mercurycenter.com:80/premium/business/docs/hotbutton09.htm)

המאמר נפתח בבשורה מובנת מאליה: מי שיודע לבנות, יודע גם להרוס. רופא, כותב שנייר, יודע מהי הדרך הטובה ביותר להרעיל אדם. שנייר מצטט גם את מיילס קונר, גנב אמנות היושב בכלא, שאמר כי אין יצירה שאי־אפשר לגנוב, ומוזיאון שמקצוען אמיתי לא יצליח לפרוץ לתוכו. הרשת אינה שונה – הידע קיים, המערכות פגיעות, וכל מה שצריך זה פורץ בעל שילוב נכון של מיומנות ונחרצות. לא צריך להיות חכם גדול.

הרשת אולי אינה שונה, כותב שנייר, אבל אופי ההתקפות שונה. בשביל לפוצץ בניין, לדוגמה, צריך להתמחות במשימה, לקנות חומרי נפץ, לשכור מכונית, לבדוק את השטח, להיזהר שלא להשאיר עקבות. בקיצור – להסתכן. ברשת הדברים הללו אינם קיימים. די להוריד תוכנה מאתר האקרים; אין צורך בכישרון, אין צורך להסתכן.

שנייר מביא כדוגמה את אהוד טננבאום, האנאלייזר. ״הוא לא עשה שום דבר חדש או מתוחכם״, קובע שנייר, ״בסך הכל הוריד תוכנה וניצל חור שקיומו היה ידוע זה שנים. החדשות האמיתיות בפרשה היו שמומחי האבטחה של הפנטגון לא טרחו לסתום את החורים״.



האיום האמיתי על האינטרנט, טוען שנייר, לא יבוא מצד ההאקרים בעלי האידיאולוגיות; גם לא מצדם של ילדים כטננבאום – האיום האמיתי הוא הבורות. בורות של חברות ההיי־טק, של התקשורת, של הציבור.

טענתו של שנייר פשוטה – כדי לחיות נכון עם המדיום, כדי להפיק ממנו את התועלת הראויה, צריך להכיר אותו. לא לפחד ממנו. אבטחת מידע זה לא הדבר הכי נחמד בעולם, זה נכון, אבל זה דבר שחייבים לעשות (ויש די כלים), הרבה לפני שהסיפורים הללו מתפוצצים בעיתונים. לא מספיק להגיד עד כמה הרשת אינה בטוחה, צריך פשוט לאבטח אותה, אחרת זה יכול להיגמר רע מאוד. ועם זה כל אחד יכול להסכים, גם

הקפטן שלכם

פורום ״קפטן אינטרנט״
http://www.iol.co.il/captainforum

עורך: דרור פויר. סגנית עורך: נטע גורביץ. עיצוב: אמיר חסון.
כתובת המערכת: עיתון ״הארץ״, רחוב זלמן שוקן 21, תל אביב 61001 טלפון: 03־5121755 פקסימיליה: 03־5121753 דואר אלקטרוני: captain@haaretz.co.il
המהדורה האלקטרונית של המוסף ״קפטן אינטרנט״ עולה בכל שבוע באתר של הקפטן: http://www.haaretz.co.il/captain. האתר מתוחזק בידי IOL – http://www.iol.co.il. הכתובות המומלצות מרוכזות בכל שבוע באתר־העל ״נטקינג״: http://www.netking.com/captain. המהדורה האלקטרונית של Wired מתעדכנת בכל יום באתר: http://www.hotwired.com.

נטוויז'ן מוכיחה שאתה יכול להיות הכי טוב גם כשאתה הכי גדול.
השבוע מוציאה נטוויז'ן את "סופרוויז'ן", חבילה מהפכנית של שני תקליטורים עם פוטנציאל להפוך את האינטרנט לכלי עממי, פשוט, הגיוני ועוד בעברית.

דרור פויר
פטן אינטרנט, "הארץ", 26.5.98

אינטרנט סופר פשוט, סופר מהנה, סופרווידן!

SuperVision משנה את עול האינטרנט

סופרוויזן - ערכת האינטרנט החדשה מבית נטוויזן, מלמדת אותך להכיר את האינטרנט מא' ועד ת' ולהתחבר אליו בקלות ובמהירות. בנוסף, ערכת סופרוויזן מספקת לך תמיכה מעולה ובזמן אמת. איך? פשוט: נתקלת בבעיה, התוכנות של סופרוויזן פותרות לך אותה במחשב מיידית! רגע, זה עוד לא הכל! ערכת סופרוויזן כוללת גם תוכנות, משחקים והכל במצגת מולטימדיה בהדרכת אורנה פיטוסי.

SuperVision - הדרך ה לה להנות מהאינטרנט







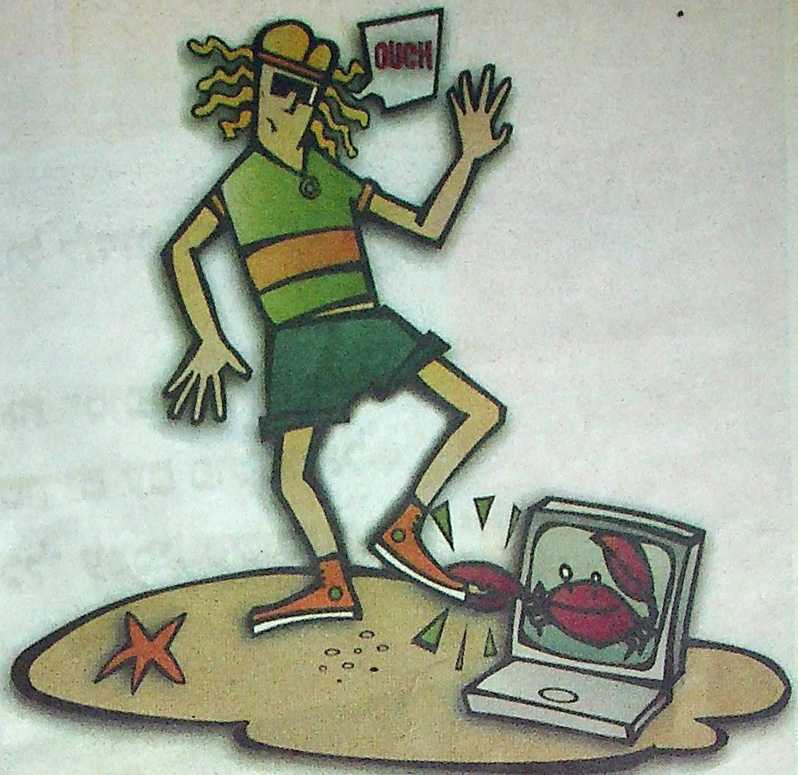
חברת האינטרנט המובילה בישראל. לשירותך.
NETVISION
www.netvision.net.il





* לא כולל מע"מ
בתשלום מראש ל-6 חודשים, בכפוף לתקנון המבצע הנמצא במשרדנו
דמי טיפול ומשלוח לתקליטור - $5

להשיג ברשת חנויות באג, עתיד ואצל המשווקים המורשים.
הפצה בלעדית - הד ארצי מולטימדיה, טל: 03-5142020



העכבר ששאג

כמה נשקול על הירח, תוכנת דואר בשלושים שפות, צ'ט עם תמונות, **שער הכניסה הטוב ברשת**, **מקומון ירושלמי חדש** ושני מאמרים שכדאי לקרוא

1. עברית בדואר אלקטרוני זה תחום שאף פעם לא נמאס. והפעם, בשורה אופטימית דווקא מישראל. חברת התוכנה דביר, מפתחת מעבד התמלילים Q-Text, הוציאה תוכנת דואר חדשה, המאפשרת כתיבת הודעות בשלושים שפות שונות. שולח הדואר יכול להשתמש בתוכנה, גם אם אין במחשב שלו תמיכה בשפה נוספת, ומקבל ההודעות יכול לקרוא אותן גם אם הוא משתמש בתוכנת דואר אחרת.

את לינגומייל (LingoMail) אפשר להתקין בכל גרסה של חלונות, ולכתוב הודעות באחת משלושים השפות שבהן התוכנה תומכת וגם הודעות משולבות בשפות שונות. כדי לאפשר למקבל הודעה שלא התקין את לינגומייל גם לקרוא אותה – נשלח אליו יחד עם ההודעה הראשונה "צופה" (Viewer) במשקל 100 קילובייט, המאפשר קריאת הפונטים המיוחדים של ההודעה. המשלוח הוא חד־פעמי, ואחרי התקנת הצופה במחשב יכול מקבל הדואר לפתוח כל הודעה רב־לשונית שתגיע אליו.

ללינגומייל ממשק חביב, התקנה פשוטה וניהול ספריות פשוט. היא מסוגלת לטפל בכמה חשבונות דואר, יש גם אופציה לצפייה מראש בכותרות ההודעות הממתינות לפני ההורדה, פונקציה שימושית. לאלה החולקים את תיבת הדואר שלהם עם משתמש נוסף, או עובדים משני מחשבים הנמצאים במקומות שונים.

התוכנה משתמשת בפונטים שלה, אבל מאפשרת לבחור כל פונט שקיים במחשב שממנו יוצא הדואר. עורך הדואר של התוכנה מאפשר לעבור משפה לשפה בלי לקבל שורות מעורבבות וסימנים בלתי קריאים, ומתנהג כמו מעבד תמלילים רגיל: הגדלת אותיות, אותיות נטויות או מודגשות, צבעים וכד'. אפשר גם להכניס שורות בפונטים עבריים אל אמצע טקסט לטיני ולהפך.

בודק האיות מוגבל לעת עתה רק לאנגלית, אבל בגרסאות עתידיות צפויים להיכלל שפות נוספות. גרסת הבטא (עוד כמה שבו תצא גרסת השותפה המתוקנת) ניתנת הורדה חינם לתקופת ניסיון בלבד, שתסתיים בסוף '98 – גודל הקובץ: 1.5 מגהבייט. משתמשים שרצו להחזיק בה גם אחר כך יידרשו להירשם ולשלם 35 דולר.

פטנט דומה, אגב, מציעה גם מיקרוסופט – בעמודים הישראליים של אתר החברה מוצע להורדה חינם "צופה מסמכי וורד", המאפשר למי שאין לו חלונות עבריים לקרוא מסמכי מעבד תמלילים שנכתבו בעברית.

http://www.lingomail.com

2. ערב הקרנת השקופיות – יש כאלה שאוהבים את זה – עובר גם הוא לאינטרנט. חברת קודאק פתחה באחרונה מערך חדרי צ'ט, בהם יכולים חובבי צילום להציג זה לזה אגב שיחה ופטפוט את התמונות שצילמו בעצמם. שמה של המערכת הוא Show & Tell PhotoChat, שילוב בין חדרי צ'ט לבין ה־Show & Tell האמריקאי המסורתי, המוכר לכל צופה אדוק של סדרות לכל המשפחה (ילדים מסורקים מראים לחבריהם המסורקים לכיתה את צב המחמד המסורק שלהם, ומספרים איך מצאו אותו בגינה).

כדי להיכנס יש להירשם, ולחכות בסבלנות עד שקודאק תשלח סיסמה בדואר חוזר. לפני הכניסה חשוב לברוק שהדפדפן מסוגל להציג ג'אווה ולקרוא בעיון את ההוראות בדבר העלאת התמונות לרשת. התמונות חייבות להיות בפורמט דיגיטלי: סרוקות, שמורות במחשב או על תקליטור. ואם הן כבר באינטרנט, די למסור את כתובת העמוד שבו הן מופיעות.

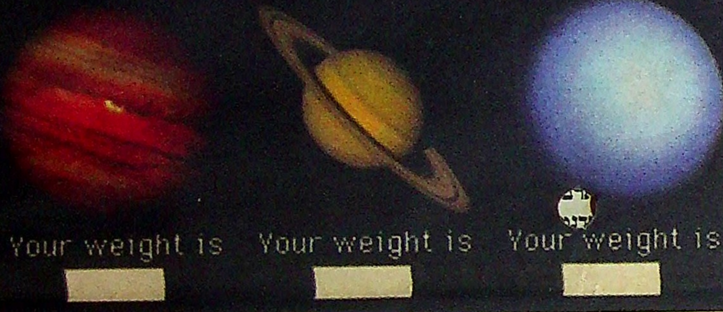
התמונות חייבות להיות בפורמט GIF או JPEG ומומלץ להשתמש בקבצים של 20 קילובייט לכל היותר כדי לשמור על תנועת משוחחים ערה בחדר. המשוחחים בפוטו־צ'ט רשאים להעיר הערות, לשאול ולהתעניין, אבל אסור להם להשתמש בתמונות של אחרים מחמת חוק זכויות יוצרים, החל גם כאן, כמו בכל רחבי הרשת.

http://webs.kodak.com:84/photochat/home.dyn

3. כשעושים דיאטה הרבה יותר כדאי, מתברר, לחיות על מאדים. אדם שמשקלו על פני כדור הארץ הוא 60 ק"ג, ישקול על מאדים רק 22.2 ק"ג. על הירח הוא ישקול רק 10.2 ק"ג, על השמש הוא ישקול 1,668 ק"ג, ואם יצליח לחיות על "ננס לבן" יהיה משקלו 78,000,000 ק"ג, לפני ארוחת בוקר.

"משקלך בעולמות אחרים" הוא אתר המתרגם בתוך שניות את משקל המבקרים בו למשקלם על פני כל אחד מהכוכבים במערכת השמש, ועוד אי־אלו גרמי שמים מעניינים. אפשר להשתמש בכל יחידות המדידה השונות, והתוצאה מתקבלת בתוך שניות, ליד תצלומיהם המרהיבים של הכוכבים, הסברים על גרוויטציה וחוקי ניוטון, מסה ומשקל וקישורים לאתרים בתחום האסטרונומיה.

http://www.exploratorium.edu/ronh/weight



"משקלך בעולמות אחרים". השמש משמינה

4. "הכי ירושלים" הוא מקומון מקוון חדש לבירה. אפשר למצוא בו רשימת אירועים, חדשות מקומיות (בעיקר על בית"ר ירושלים), ייעוץ אסטרולוגי, טיולים, מדורים והרבה פרסומות. האתר נאה, עדיין אין בו די חומר, אבל זו רק ההתחלה.

האתר הוא מיזם של קבוצה בראשות משה לשם, שהקימו את האתר במבט לשנת 2000 ולהמוני התיירים שכנראה יציפו את העיר (כן, יש גרסה באנגלית). 90 אלף משתמשי אינטרנט יש בירושלים על פי מקימי האתר, והם בהחלט מקבלים מוצר ראוי.

http://www.bestjerusalem.com

5. האתרים החמים ביותר ברשת כיום, כידוע, הם "שערי הכניסה" (Portal. ראו עמ' 8). גם שער גיליון ספטמבר '98 של PC Magazin (http://www.pcmag.com – 39.90 שקלים בסטימצקי), יוחד לתופעה ומשווה בין שלל השערים שברשת. ההשוואה (המתישה) משתרעת על פני 42 עמודים, ויכולה להפיל תרדמה עמוקה גם על המתעניינים.

אם כך, נעבור היישר אל המקום הראשון: "בחירת העורכים" של המגזין לשער הכניסה הטוב ביותר היא... אקסייט! לא צריך ליפול מהכיסאות, צוות "קפטן אינטרנט" בחר את אקסייט כשער הכניסה המומלץ כבר לפני חמישה חודשים (גיליון 52, 3.3.98).

אקסייט הוא אתר פתיחה מצוין מכל הבחינות: הוא מספק את הצ'ופרים שמספקים כולם, צ'ט, פורומים, דואר אלקטרוני חינם – כולם עשויים מצוין; מבחינה גרפית אפשר לתכנן אותו בקלות; הוא כמעט שאינו מאכזב כמנוע חיפוש; והיתרון הגדול מכולם – שיטת הערוצים הניתנת להתאמה אישית. כדאי מאוד להיכנס לאקסייט, ומשם לתכנן את "אקסייט שלי".

http://www.excite.com

אם כבר מגזינים – YAHOO! Internet Life חוגג חצי יובל עם פרויקט מיוחד על "האמריקאים ברשת", וחוברת קטנה המצורפת למגזין, ובה המיטב של ה־Guru Surf, השאלות והתשובות הנפוצות ביותר על אינטרנט (25 שקלים בסטימצקי).

6. ואפרופו אקסייט "שלי" – שני מאמרים משעשעים, הראשון של אלן אולמן, בעלת טור ב"סלון מגזין", והשני מאת מעצב האתרים הנודע פטר מרהולץ. שני המאמרים מבקרים בחריפות משועשעת את השימוש המוגזם בגוף ראשון בתעשיית המחשבים והאינטרנט – "המחשב שלי", "יאהו! שלי", "My Documents" ועוד.

זה תינוקי, זה בא לחפות על הפחד הגדול מטכנולוגיה, ויש להפסיק זאת מיד, טוענים אולמן ומרהולץ. יש בזה משהו, אם חושבים על זה (ותודה לחברי "פורום קפטן אינטרנט").

המאמר של אלן אולמן

http://www.salonmagazine.com/21st/feature/1998/05/cov_12feature2.html

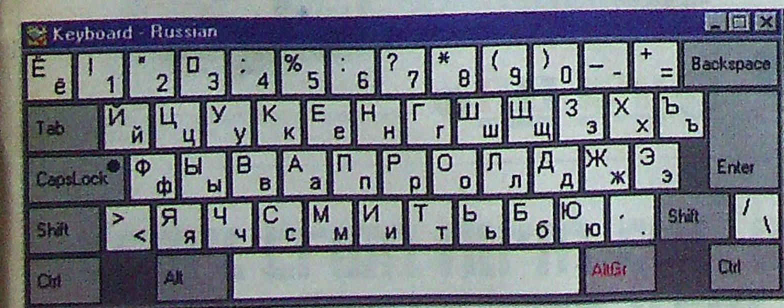
המאמר של פטר מרהולץ

http://www.theobvious.com/archives/081098.html

אתר הבית של מרהולץ

http://www.peterme.com

דרור פויר, דפנה לוינוביץ



המקלדת הרוסית של לינגומייל. 30 שפות חינם עד סוף השנה

ISRAEL אנשים ומחשבים
WWW.PEOPLE-AND-COMPUTERS.CO.IL

פוקוס הארץ

כנס בנושא

שיווק באינטרנט

במסגרת תערוכת INFOTECH98

יום ד' 16.9.98 08:30-16:30 גן אורנים, תל-אביב

בהשתתפות דר' קליף קורצמן, נשיא Tenagra Corp.



יום העיון יתמקד באסטרטגיה תחרותית ויעסוק בנושאים מתקדמים בשיווק. בכנס נחשוף ונפתור כמה מן הסודות החשובים ביותר להצלחה שיווקית באינטרנט.

דר' קליף קורצמן, נשיא חב' "טנאגרה", הינו מומחה בעל שם עולמי לשיווק באינטרנט ומרואיין מבוקש ע"י ניו־יורק טיימס, אינטרנט-וורלד פורצ'ן ועוד. חברת "טנאגרה" מתמחה בתכנון וביצוע מיזמים שונים באינטרנט והיא מהחברות הראשונות בעולם שהתמחו בשיווק באינטרנט.

הנושאים שיידונו:

- **מסחר אלקטרוני שיווק באינטרנט היום ובעתיד**
- **מי ומה ברשת – אפיון וניתוח התנהגות לקוחות**
- **שיווק, מכירות ופרסום באינטרנט**
- **שיווק דרך האינטרנט – שיקולים אסטרטגיים תחרותיים**
- **שלבים הכרחיים בניהול מסע שיווק מוצלח ברשת**
- **מסחר אלקטרוני ואבטחת מידע**
- **ניתוח סיפורי הצלחה**
- **השיווק בתקציב קטן – מכירות שירותים ומוצרים באינטרנט**

התוכנית נתונה לשינויים

בין המרצים: רות אלון - מנכ"ל נטוויז'ן, איל יניב - מנכ"ל I.O.L, דני ליברמן - סמנכ"ל פיתוח עסקי קומרס.נט ועוד.

מחיר השתתפות בכנס 450 ש"ח כולל מע"מ, (כולל ארוחת צהרים), 10% הנחה למנויי הארץ ולמנויי "אנשים ומחשבים"
נא למלא ולפקסס ל "פוקוס הארץ" טל' 03-5121111 פקס: 03-6819296

☐ כן, אני מעוניין להרשם לכנס ☐ כן, אני מעוניין להכניס חומר פרסומי לתיק משתתף, בתשלום.

שם: ________ חברה: ________ תפקיד: ________ _ ________ טל: ________

פקס: ________ כתובת למשלוח חשבוניות: ________ חתימה: ________ חותמת החברה: ________

כרטיס אשראי: ☐ ויזה ☐ ישראכרט ☐ דיינרס ☐ אמריקן אקספרס

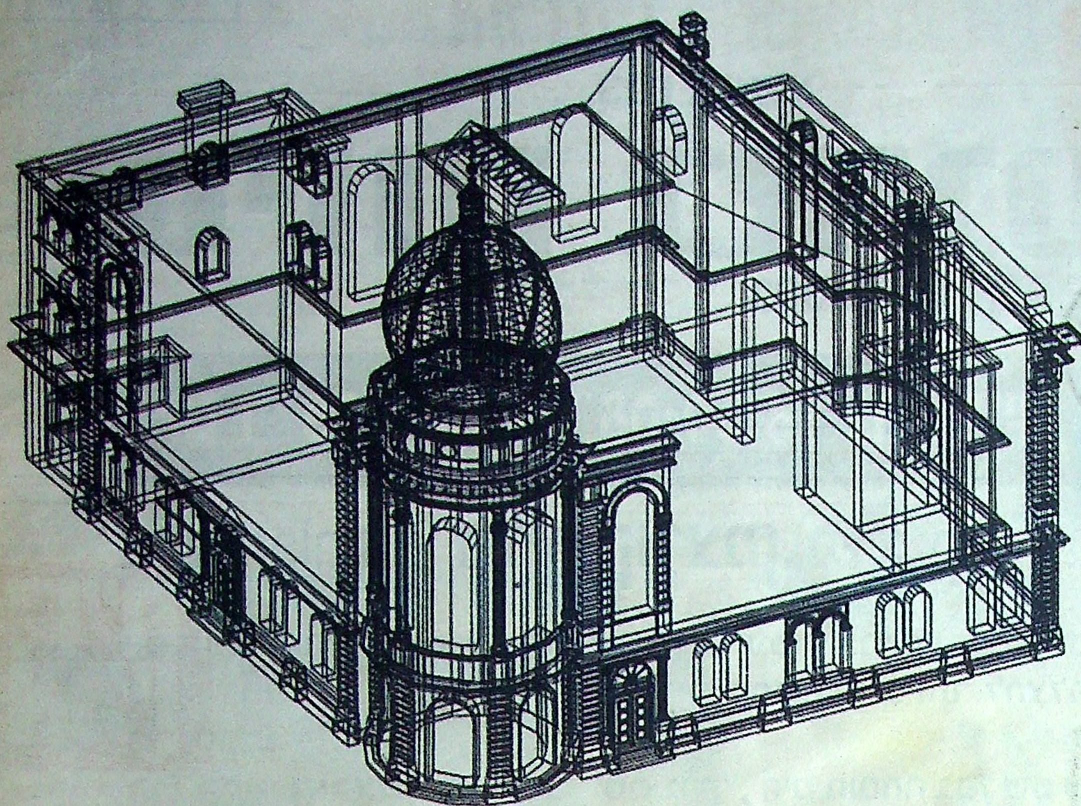
מס' ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ בתוקף עד ________

רצ"ב המחאה ע"ס: ________ מס' המחאה ________ מס' חשבון ________ בנק ________ סניף ________

ביטולים יתקבלו עד ה-13.9.98

commerce.NET

חברת האינטרנט המובילה בישראל. לשרותך.
NetVision
טל': 1-800-300-301



15 בתי כנסת בגרמניה, שהרסו הנאצים במלחמת העולם השנייה, משוחזרים בימים אלה באינטרנט בידי קבוצה של סטודנטים גרמנים, המוחים נגד התגברות האלימות כלפי זרים בגרמניה. יזם את הפרויקט מרק גרלט, מרצה בבית הספר הטכני של דארמשטט, לאחר הצתה של בית כנסת בעי[illegible]ק (Lubeck) ב־94'. שלושת השחזורים התלת־ממדיים הראש[illegible] של בתי הכנסת מושלמים בימים אלה. לצורך בנייתם השתמשו הסטודנטים, כולם תלמידי ארכיטקטורה, בתצלומים ובתיאורים שמסרו מתפללים לשעבר ששרדו את השואה.

http://www.cad.architektur.th-darmstadt.de/architectura_virtualis/Juedische_Sakralbauten/start.html

איינג'לפייר, הקהילייה הווירטואלית המונה 1.3 מיליון חברים, נרכשה השבוע על ידי מנוע החיפוש לייקוס. הקהילייה השנייה בגודלה באינטרנט, טריפוד, נרכשה אף היא בעבר על ידי לייקוס. גם מנוע החיפוש אקסייט הודיע, כי בעוד חודשים מספר יחל להציע למבקריו לפתוח אתרים בתחומו.

מדריך אינטרנט לנשים ייוולד כתוצאה בשיתוף פעולה נוסף של לייקוס, הפעם עם הכפר הווירטואלי iVillage. המדריך ישים דגש על נושאי בית ומשפחה, בריאות, כושר גופני, קוסמטיקה, כלכלה, מזון וקריירה.

קבוצה של אמנים, מתכנתים, מעצבים ובוני אתרים מדרום קליפורניה יזמה הכרזה על "יום אפור" באינטרנט, במחאה על אי־שמירה על זכויות יוצרים ברשת. ביום האמור יוצגו כל האתרים שישתתפו בקמפיין על רקע אפור, בפונטים פשוטים ובלא כל גרפיקה נלווית. תאריך היעד הוא 1 באוקטובר, ועד כה הצטרפו למחאה כ־800 אתרים, ובהם מיקרוסופט אוסטרליה וביגפוט. פרטים ב:

http://www.greyday.org

משטרת מלזיה עצרה בשבוע שעבר שני חשודים בהפצת שמועות על מהומות בקואלה לומפור, באמצעות האינטרנט. חוק אבטחת האינטרנט במלזיה מאפשר מעצר חשודים לתקופה של עד 60 יום. העצורים נחשדים, כי הפיצו בפורומים שונים באינטרנט שמועות שלפיהן עובדים אינדונזים המועמדים לגירוש ממלזיה רוכשים סכינים וחרבות כדי להילחם עמם בתגרות רחוב.

ענקית הקולנוע פראמאונט חנכה קו חדש של סרטי DVD, שבו יצאו לאור כל להיטיה הגדולים של החברה, ובהם "מסע בין כוכבים" ו"עימות חזיתי". פראמאונט היתה אחת החברות ההוליוודיות האחרונות שעדיין לא הצטרפו לקו סרטי הווידאו הדיגיטליים, מסיבות של מחלוקות על זכויות יוצרים, אבל מעתה ייצאו כל סרטיה גם בפורמט זה.

מחירה של מלחמת הדפדפנים

האיחוד הבינלאומי החדש של בוני האתרים קורא ליצרניות הדפדפנים לשתף פעולה, ולהוזיל את עלות בניית האינטרנט

האי־התאמה בין דפדפני האינטרנט השונים מוסיפה לפחות 25% לעלות הקמתם של אתרי רשת – כך עולה מממצאי "פרויקט התקנים של הרשת" (WSP), האיחוד הבינלאומי של בוני האתרים שנוסד באחרונה כדי לקדם קביעה של תקן עולמי לעיצובם של אתרי רשת ודפדפנים.

WSP (www.webstandards.org) קורא ליצרני הדפדפנים למלא את הבטחתם מאשתקד לתמיכה מלאה בתקנים שקבע הקונסורציום הבינלאומי של הרשת (W3c) וכן להעניק את תמיכתם לתקנים מתהווים המפותחים בימים אלה. לטענת הארגון, אם לא יעשו כן יצרני הדפדפנים, יימשך הבזבוז של מיליוני דולרים על פיתוח הרשת.

איחוד בוני האתרים קורא לנטסקייפ ולמיקרוסופט, שגרסאות הניסוי הנוכחיות של דפדפניהן (נוויגייטור 4.5 ואקספלורר 5.0) יכללו שיפורים הרשומים כפטנטים ואינן תומכות בתקנים הקיימים, להשתמש בתקנים פתוחים, שאינם רשומים כפטנטים, כדי לחסוך למפתחים את הצורך לבנות כמה גרסאות של כל אתר ולאפשר לגולשים לבקר בכל אתר באמצעות הדפדפן הנבחר שלהם. חברי האיחוד הזהירו עוד, כי מלחמת הדפדפנים לא תשיג את מטרתה אם בעקבות המחיר והסרבול תתפרק הרשת.

בנויים לקשר

האתרים המועדפים על המשתמש הביתי הם אלה שמאפשרים לו ליצור קשר עם גולשים אחרים

בשבוע שעבר פירסמה חברת מדיה מטריקס, העוסקת באיתור ובמיפוי מגמות בתחום המחשבים, מהדורה מעודכנת של "דו"ח הרשת: רשימת 50 האתרים ששיעור הצמיחה שלהם הוא הגבוה ביותר". בראש הרשימה אתרים המאפשרים למשתמשים להביע את עצמם באמצעות עמודי בית הניתנים לעיצוב עצמי או באמצעות צ'טים עם אחרים, העברת מסרים בזמן אמת ודואר אלקטרוני מתקדם.

אתרים המציעים שירותים דוגמת עמודי בית אישיים, צ'טים ודואר אלקטרוני הם הדומיננטיים ברשימת האתרים שקצב צמיחתם הוא המהיר ביותר. עם אתרים אלה נמנים: The Globe.com, Xoom.com, Angelfire.com, ועוד (ראו רשימה). גם הסחר האלקטרוני הוא תחום המתפתח במהירות, ומובילים בו Barnsandnobel.com, Amazon.com ו־Ebay.com. גם אתרי חיפושים, מידע ובידור צומחים בלא הרף, ובהם אתרים דוגמת Goto.com, Miningco.com, Greatsports.com, ivillage.com, Cyberthrill.com ו־Preview Travel. ברשימת 25 האתרים המובילים נמצאים preferences.com (העוסק בסוגיית הפרטיות באינטרנט), fsn.net (אירוח חופשי ברשת), wnu.com (שירות עיבוד מידע של כרטיסי אשראי לבעלי אתרים ברשת), Preview Travel (אתר תיירות) ו־thefreeweb.com (קישורים לחומרים שהגישה אליהם אינה כרוכה בתשלום).

"מדיה מטריקס איבחנה את מגמת הפופולריות באתרי רשת קהילתיים כבר ב־96', אז החלו להשתמש ברשת להתקשרות עם משתמשים אחרים בכל רחבי העולם", אומר הסמנכ"ל ואחראי המחקר של החברה, סטיב קופי. "המשתמשים נמשכים לאתרים שמציעים להם ביטוי יצירתי, נגישות וזהות אישית בין מיליוני משתמשים".

רשימת עשרת האתרים שקצב צמיחתם היה המהיר ביותר במחצית הראשונה של 98' (עלייה בנקודות נגישות של משתמשים במחצית שנה האחרונה) כוללת את האתרים שקהל המשתמשים הביתיים שלהם צמח בקצב המהיר ביותר, קצב הנמדד באמצעות "עלייה בנקודות נגישות", נקודות המוענקות לאתר על סמך מספר הכניסות אליו בתקופה האמורה.

שיעור העלייה בנקודות

.1	angelfire.com	5.9
.2	xoom.com	4.8
.3	preferences.com	4.4
.4	theglobe.com	4.2
.5	hotmail.com	4.1
.6	excite.com	4.1
.7	tripod.com	3.6
.8	geocities.com	3.3
.9	icq.com	2.8
.10	bonzi.com	2.7

חברת מדיה מטריקס, הנחשבת למובילה בעולם בתחום השימוש באמצעי מדידה בטכנולוגיות אינטראקטיוויות דיגיטליות חדשות, ערכה את הסקר בקרב 30 אלף משתמשים ברחבי ארה"ב. הממוצע החודשי של משתמשים פעילים שנכללו במדגם היה 11 אלף.

תל אביב אינה מאמינה בסטטיסטיקה

נציג יאהו! בישראל ועורך וואלה! מגיבים על דו"ח אמין מהשבוע שעבר. הפרסום באינטרנט, לטענתם, משתלם בהחלט

לא קל להשיג מספרי תפוצה באינטרנט, במיוחד לא לציטוט. אבל הדו"ח מהשבוע שעבר, שעסק בכדאיות הפרסום באינטרנט, כנראה נגע בעצב רגיש, כי השבוע קיבלנו תגובות לציטוט משני גופים חשובים: וואלה! ויאהו! (סימני הקריאה, בשני המקרים, במקור).

התגובות כוללות מספרים ונתונים מעניינים. נציג יאהו! בישראל, תמיר אשל, מביא כמה טיעונים חשובים שהשורה האחרונה בהם: הפרסום ביאהו! משתלם.

אשל מפנה אותנו לאתר "ארגון הפרסום באינטרנט", למאמר הדן בפרסום באינטרנט. לדברי אותו מאמר, איכות הפרסום באינטרנט גבוהה מזו שבטלוויזיה ומצדיקה תשלום גבוה יותר. אגב, במאמר אחר באותו אתר ממש מתוארת עלייתם של אמצעי פרסום אחרים, לצד הבאנרים: חסויות ותכנים. איום מרכזי על העיתונות הכתובה רואים שם דווקא מכיוונן של מודעות הלוח.



עידו אמין

עוד באותו אתר, מאמר המתאר מחקר מלפני כשנה, ובו מדובר על ממוצע קליק רייט (שיעור היענות לבאנר) של 2% בתעשייה כולה. זה קצת יותר טוב מה־0.7%, שנמדדו ביולי השנה באתר NetRatings, אבל גם באתר ארגון הפרסום האמור קובעים: "כשהממוצע בתעשייה הוא 2%, כוח התקשורת האמיתית הוא במקום שבו רוב הצופים יכולים לראות את המסר". כלומר: הם בכל מקרה לא מקליקים.

עורך שער הרשת וואלה! (כך זה נקרא היום), גדי שמשון, מגיב אף הוא בהערות על הניתוח שהצעתי, אבל השורה התחתונה דומה לזו של עמיתו מיאהו!: משתלם לפרסם בוואלה!

לפני השורה התחתונה, הוא חושף בפעם הראשונה נתונים מספריים מעניינים, אם כי בלתי מעובדים סטטיסטית, וזו חשיפה נוספת, משום שוואלה! אינה מפעילה כלל תוכנת ניתוח סטטיסטי. קובצי הלוג, בגודל של 0.5 ג'יגה ביום, פשוט גדולים מדי, ותוכנות הניתוח הקיימות יוצרות עומס בלתי סביר על המערכת.

מוסר השכל: (1) וואלה! פשוט גדולים מאוד. (2) תל אביב לא מאמינה בסטטיסטיקה.

תמיר אשל, נציג יאהו! בישראל, מגיב:
רשת אתרי יאהו! היא הראשונה (ובשלב זה היחידה) שקיבלה עליה את ביקורות התפוצה של ABC ו־Ernest&Young, שתי החברות המובילות בעולם בתחום הפרסום והפיננסים. הביקורת מיושמת בדומה לדו"חות בקרת תפוצה בעיתונות הכתובה. הדו"חות מנוהלים בידי חברות אלה ומוזרמים ישירות ללקוחות כל חודש.

יאהו! אינה מונה HITS, וגם לא Page Views. דו"ח אמין התעלם מה"אותיות הקטנות" הנוגעות לסקר, ועל פיהן יאהו! מגיע כיום לכמחצית הגולשים בארה"ב, ולא לרבע, כפי שנכתב.

רלוונט נולדג', שהדו"ח שלה צוטט בדו"ח אמין, דוגמת האתר YAHOO.COM ומדריך FOUR11, שבהם נספרו בחודשים האחרונים בין 26 ל־31 מיליון משתמשים בכל חודש. אם נבחן את בסיס הנתונים של רלוונט נולדג', נקבל תוצאה שלפיה יאהו! מגיעה ליותר ממחצית האוכלוסייה ברשת (לפחות בארה"ב). נוסף על המגוון הרחב של אתרי הרשת בארה"ב, פועלת הרשת הבינלאומית של יאהו! ב־12 מדינות מחוץ לארה"ב, ברובן ניצבים אתרי הרשת בראש דירוג הפופולריות.

כלל רשת אתרי יאהו! משרתת בכל חודש כ־40 מיליון גולשים ברחבי העולם, והיא לפיכך אבן שואבת לכמחצית מהיקף רשת האינטרנט העולמית. היקף החדירה של יאהו! לאוכלוסייה הכללית בארה"ב (לא באינטרנט) מגיע ליותר מ־20%. באירופה נעה רמת החדירה של יאהו! לאוכלוסייה הכללית באירופה בין 7% ל־30% (בדנמרק).

בעניין יעילות הפרסום, סוד ההצלחה הוא הבטחת ביצועים לגולש. יאהו! מסרבת לקבל מודעות מולטימדיה עשירות וכבדות, או קובצי ג'אווה, שלעתים קרובות מפילים את הדפדפן. העובדה שיותר מ־2,000 מפרסמים עובדים על יאהו! מעידה ששיטה זו אינה מביאה לאיבוד לקוחות, ובוודאי שלא לאיבוד מבקרים. חשיפה, ולא רק "הקלקות", כן קובעת את יעילות הפרסום בכלל וברשת בפרט. סקרים מקיפים שנעשו בארה"ב תומכים בתזה זו בבירור.

אמנם גולשים רבים טוענים שאינם שמים לב לבאנרים, אבל כמה מודים, כי הם שמים לב לפרסום חוצות או מגיבים למודעות בעיתון?

אפשר לעמוד על איכות הפרסום באינטרנט בסקר שערך איגוד המפרסמים באינטרנט באתר www.iab.net. סקר זה מראה שאיכות הפרסום באינטרנט גבוהה מזו של הפרסום בטלוויזיה ומתקרבת לאיכות המודעות בעיתונים.

20,000 איש ביום

גדי שמשון, עורך וואלה!, מגיב: בהמשך לדו"ח אמין מהשבוע שעבר, חישוביו בעייתיים בגלל הנחת יסוד שגויה: שנתוני הרייטינג של אתר אינטרנט, כל אתר שהוא, נמדדים ביחס למספר הגולשים בכל העולם. זה לא עובד ככה. ולראיה, למרות השפה המשותפת, טרחו ביאהו! להקים אתר נפרד לאנגליה, ולא לחכות שהבריטים יגלשו ארה"בה. וכשלא מחשבים רייטינג ביחס לכל גולשי העולם, מעפולה וממנצ'סטר גם יחד, אלא ביחס לקהל היעד של כל אתר, מתקבלים נתונים מעט יותר הגיוניים.

להלן נתוני הרייטינג של וואלה! מיום שלישי בשבוע שעבר: 152,072 חשיפות של באנרים היו במהלך היממה. הקליק רייט בין 0.4 ל־8.4 באגפים השונים של האתר (וואלה! כבר מזמן לא אינדקס), עם ממוצע של 2.7 אחוזים.

כ־5,300 אנשים שונים השתמשו בצ'ט, שבשעת עומס מגיע ל־600 איש בו־זמנית. לשם השוואה (ובהתחשב בגודל אוכלוסיית היעד): באתר אקסייט, בשעות הבוקר של יום רביעי (זמן ארה"ב) השתמשו 8,400 איש בצ'ט (רובם מארה"ב). בשעות הבוקר בוואלה! משוחחים בצ'ט בסביבות 200 איש בו־זמנית.

משתמשים אינדיווידואליים: מאז פתחנו את שירות הדואר לפני כשבוע, נפתחו 5,430 חשבונות דואר חדשים. לרובם מתבצעת גישה יום־יומית. לוואלה! גולשים ביום חול לא פחות מ־14,500 אנשים שונים, כשהממוצע בחישוב שבועי עולה על 20,000 ליום. זו הערכה המבוססת על דגימות מקבצי הלוג בשעות שונות של היממה. לצערנו, טרם מצאנו תוכנה שתצליח לטפל בקובצי הלוג של וואלה! בלי להעמיס את המערכת עד כדי פגיעה בשירות לגולשים. עשרת המחשבים בחוות השרתים של וואלה! על שירותיו הנלווים, מייצרים בכל יום קבצי לוג בנפח של קרוב ל־0.5 ג'יגה־בייט.

מי שונא את עודד מנשה?

לפני כשבועים התוודע העולם לאתר שנפתח בגיאוסיטיס, והכריז על עצמו אתר שנאה לעודד מנשה, כוכב ערוץ הילדים. מה שנכתב באתר לא ראוי לציטוט. הייתכן שאתר כזה ישכון לבטח בגיאוסיטיס? נראה שלא, כי השבוע הוא הורד משם, אבל צץ מחדש בכתובת http://come.to/ihateoded, כתובת השוכנת לבטח במדינת טונגה שבאפריקה, בה ניתן לרכוש כמעט כל כתובת אינטרנט. מאחורי הכתובת האפריקאית מסתתר אתר בטריפוד. המשך בקרוב.



הרפתקאות גולשי המק בעולם ה־PC

לא מכבר פורסמה בעיתונות הצעה מפתה של ISDNET: קו, מודם והתקנה חינם, במסגרת מנוי ISDN לשנתיים ב־35 דולר בחודש. א.ד. (השם שמור במערכת) קרא על המבצע והחליט ללכת על זה. אלא שא.ד. (לא, לא גורדון) גולש בעזרת מקינטוש ולא בעזרת פי־סי, ולכן התבקש לשלם 70 דולרים נוספים. לא נורא, אמר א.ד., זו עדיין עסקה משתלמת, והזמין.

לא חלף זמן רב, וטכנאי בזק הגיעו לביתו של א.ד. והתקינו את הקו לשביעות רצונו. בהמשך, ציפה להתקנת המודם בידי טכנאי ISDNET. אלא שבשלב זה, עודכן "קנס המקינטוש" ועלה מ–70 דולר ל–200 דולר, ובנוסף יצטרך א.ד. לשאת בשכר העבודה של טכנאי ההתקנה, בשיעור בלתי ידוע.

זה כבר לא מצא חן בעיני א.ד. והוא ביטל את העסקה. אלא שבסוף החודש קיבל חשבון מבזק, ובו דרישה לתשלום בעבור התקנת הקו, שלא הזמין מבזק, וגם לא היה מוזמן מ־ISDNET, לו הסבירו לו מלכתחילה את עלותה המלאה של העסקה.

כנראה חלה תקלה בתקשורת, שכן לגולש אחר שהתקשר ל־ISDNET נמסר, כי כל התקנה של מודם פי־סי, ISDN או מק, תחויב ב־70 דולר דמי התקנה, ובנוסף, מחויבים אנשי המק לשלם עוד 200 דולר בעבור המודם שלהם.

דוברת ISDNET מגיבה: "הלקוח תמיד צודק, א.ד. יקבל את תנאי העסקה כפי שהבינם בתחילה".

סיפור (די עצוב) על עיצוב

רוב אתרי האינטרנט מכוערים. לא כי אין כלים, לא כי המעצבים לא מוכשרים, אלא משום שהקריטריון העיקרי הוא פשטות ומהירות. על המגמות, על המגבלות ועל האופנות בעיצוב אתרי אינטרנט

לירז אקסלרד

"הרשת מכוערת", קובע פרשן האינטרנט ג'סי ברסט. אנט המילטון, גם היא מ־ZDNET, טוענת: "כל האתרים נראים אותו דבר". ולא צריך להיות פרשן כדי לעלות על זה. הרשת אכן מוצפת – מידע, חדשות, הצעות עבודה, משחקים ושלל אפשרויות – אבל מה לעשות: המראה שלה אינו מצודד.

ההגדרות ל"אתר טוב" ולמראה "הנכון" לאתר השתנו והתגבשו במקביל להתפתחות הרשת. אם בעבר הקריטריון המוביל היה היופי, כיום מקובל לדבר דווקא במונחים של אפקטיוויות. על האתר להיות אפקטיווי – לעלות מהר, לא לאלץ את הגולש לחכות, להיות נוח לניווט, קל להתמצאות, פשוט. רצוי שהאתר יתאים לדפדפנים הנפוצים, נטסקייפ ואקספלורר, בכל גודלי המסך, בכל הרזולוציות האפשריות.

בכנס מעצבי אתרים שאירגן העיתון WIRED לפני כמה חודשים יצאה הקריאה: "Keep It Simple" (שימרו על הפשטות), ונדמה שהכל מצייתים להוראה. הפשטות היא איפוא המגמה העכשווית המובילה בעיצוב אתרים.

מה היה לנו?

הדף הראשי של האתר, דף הבית (או בלעז Home Page), הוא הנותן הטון לאתר כולו. הדף הראשי הוא גם חלון המוסד שאותו מייצג האתר, וגם הדף שאמור להכניס את הגולש ל"עולם" של האתר, על המטאפורות הוויזואליות המרכזיות שלו, הצבעים, השפה, התחושה. הדף הראשי קובע את יחסו של הגולש אל האתר כולו, ויש לו כמה שניות בלבד לעשות את העבודה. הוא חייב להיות אפקטיווי. אפשר לומר שעל עיצוב הרשת עברו שלושה גלים מרכזיים.

1. עידן האייקון. בראשית ימי האינטרנט, אתרי הבית, פרטים או מסחריים, שאבו את רעיונות העיצוב שלהם מעולם הדפוס. הדף הראשי, המרכזי, עוצב משילוב של טקסטים ותמונות, וטקסטורת רקע. השפעת הדפוס היתה מסיווית. גרפיקאים מסורים שקדו על יצירת ערמות של אייקונים. האייקונים היו מטאפורות ויזואליות המתבססות על העולם האמיתי. קישורים היו מיוצגים באייקון גרפי. זה לא היה פשוט. איזו מטאפורה ויזואלית אפשר להעניק לקישור "אודות"? אז הוסיפו טקסט לאייקון (ציור של טלפון ולידו הכיתוב "טלפון"), וזה פעל במשך תקופה, והיה כבד ומסורבל, אבל לא ידענו את זה. היתקלות באייקון הפכה להיות אירוע נדיר.

2. עידן המסגרת והקו. השלב האבולוציוני הבא היה קו הצבע בצד, עם "מסגרות" (Frame) או בלעדיהן, [illegible] צבע הפך לאופנה גורפת. לכולם היה [illegible] זה: ZDNet, נטסקייפ, מיקרוסופט, סי־אן־אן וגם "הארץ", "גלובס", נטקינג ועוד. הפונקציונליים השתמשו בו למיקום הפריט המרכזי ביותר בדף שלהם, לרוב תפריט הקישורים המרכזי, זה שילווה את הגולש לכל [illegible] האתר. היה בכך היגיון רב. קו הצבע בצד [illegible] של המסך שבר את המראה "המרובע", הקר, של מסך המחשב.

מיקומו של התפריט בצד שמאל למעלה, בראש המסך, תאם את האופן שבו קוראי אנגלית מביטים במסך. משמאל למעלה, ימינה ולמטה. אבל בהתחלה, המבט הראשון, תמיד יהיה לשמאל למעלה. משהו מוזר קרה לקו הצבע בעת התרגום לעברית. את האופנה כאופנה אימצנו בהתלהבות. אתרים ישראליים רבים אימצו את הקו. אבל היישום שלו בעברית היה בבחינת העתקה יותר מאשר הפנמה. כלומר, במקום למקם אותו במקום הראוי לו, בצד ימין של המסך, נותרו קו הצבע והתפריט, גם אצלנו, בצד ימין. ראיה לכך שאפשר, ועדיף, גם אחרת, יש באתר של חברת Site Vision (http://www.sitevision.co.il), או באתר הרשמי של מכבי ת"א כדורסל (http://www.maccabi.co.il).

באחרונה יש תחליף ל"מסגרות" – השלט. השלט הוא חלון קטן, עצמאי, המציג תוכן כללי, או מפת האתר, ומאפשר ניווט ישירות אל החלקים השונים באתר בלי לחזור אל הדף הראשי הכבד בכל פעם. השלט, כמו המסגרות שאותן ירש, מאפשר לשמור על קישורים מסוימים תמיד בתודעת הגולש, תמיד על המסך. דוגמה טובה מזומנת באתר סנונית (http://www.snunit.k12.il).

3. עידן השערים. המראה העכשווי ביותר הוא "שער לרשת" (Portal): לוגו בראש הדף. קצת מתחתיו קישורים מרכזיים ותיבת חיפוש, ובשאר הדף קישורי משנה טקסטואליים בשלושה טורים. הטורים הם ממש אופנה לוהטת. יאהו! היו ראשונים. וואלה! כבר מושכים זמן רב עם המראה הזה, אבל בזמן האחרון כבר אפשר לדבר על מגמה, שפשטה גם בחברות אחרות, כגון נטסקייפ, מיקרוסופט, Wired־News, CNET, ZDNET וגם IOL.

זה רעיון מצוין במראה משופר. שילוב של מטאפורה ויזואלית לעולם העיתונות המודפסת, שבירה של מרובעות מסך המחשב, אפשרות לפזר ולשתול באופן אקראי לכאורה קישורים רבים בדף אחד, והעיקר, [illegible] הטורים מבוסס על היכולת של HTML, ולפיכך הוא חסכוני מאוד במשקל.

בעברית הביצוע די בעייתי. בשביל להשתמש בשלושה טורים צריך לשמור על משפטים קצרים מאוד, ובעברית גם על היצמדות לימין. די בהצצה [illegible] הראשי של מגזין IOL או הדף הראשי של המגזין WALLA כדי לראות איך לפעמים השורות נשברות עקום והעברית משתבשת. אבל נראה שזה.

המלחמה על שער הכניסה לאינטרנט הכריחה את האתרים לשלב בעמוד הראשון שלהם לא רק אופציית חיפוש וגישה נוחה לתכנים, אלא גם "צ'ופרים", שימשכו את הגולשים ויגרמו להם לחזור, כמו צ'טים, פורומים, רשימות דיוור, והדבר האופנתי מכולם – תיבת דואר אלקטרוני חינם.



האתר של ZDNet, גם שער כניסה, גם ערוצים (מימין), גם חיפוש

אין כוח לג'אווה

הגורם המרכזי, המזרז ומאיץ ומשפיע ביותר על חילופי אופנות העיצוב ברשת הוא, כמובן, ההתקדמות הטכנולוגית והתפתחות יכולתם של הדפדפנים. דפדפנים בני הדור הרביעי תומכים, בין השאר, בג'אווה, ב־DHTML (HTML דינמי) וב־JavaScript, חלקית לפחות, ויכולים להציג גרפיקה מתקדמת. ובאמת, משהופיעו כלים אלו, היה ניסיון לנצל את מלוא יכולתם: הדף הראשי של נטסקייפ, לדוגמה, נבנה כולו ב־DHTML, הכפתורים, התפריט (נפתחים, מתגלגלים וכו'), עמודים רב־שכבתיים שזזים למגע עכבר וחלונות קטנים שצפים על המסך, למעלה ולמטה, שמאלה וימינה. הדף היה דמו של יכולות ה־DHTML, וזה נראה מצוין.

אבל הדף כשל בסעיף האפקטיוויות; לא חלפה לה חצי שנה, ונטסקייפ שוב החליפה עיצוב, הפעם למראה ה־Portal, המראה של יאהו!. אין DHTML יותר. הכל נעלם.

מה אפשר ללמוד מכך: הבלאגן של התקנים השונים מתחיל לשבור את כולם, גם את האחראים לבלאגן. כל דפדפן תומך בטכנולוגיות שונות, החל מדרור שפת ה־HTML שבה הוא תומך, דרך שימוש ב־JavaScript, וב־activeX, בג'אווה וכו'. גולש שהגיע לדף של נטסקייפ עם הדפדפן של מיקרוסופט, ראה הכל עקום. ולהפך. הדברים הגיעו לידי כך שהתפתח ז'אנר חדש של מדריכים טכניים ברשת: מדריך לשימוש בשפה כלשהי באופן ששני הדפדפנים המרכזיים יתאימו לו.



המשגר של סנונית. התחליף למסגרת

בעזרת ג'אווה אפשר להציג גרפיקה דינמית מרהימה (ראו לדוגמה, http://www.intel.com/onedigitalday/explore/time/index.htm), אבל אין לכך שימוש רב. ג'אווה אפלט (Java Applet) דורש זמן טעינה, ולפיכך צריך צידוק אמיתי לשלב ג'אווה באתר; שיקולים של יופי ואסתטיקה אינם בבחינת צידוק. וכך נמשכת מגמה מתמדת של פישוט – עשיית דברים פשוטים יותר. פשוט זה קל, וקל זה מהיר. קבצים גרפיים דורשים נפח גדול יחסית, וזמן הטעינה שלהם ארוך יותר. אתר כבד מדי, אין לו סיכוי. גולשים אינם מחכים לאתר. בהתאם לכך, המגמה המרכזית והעקבית שאנו רואים בעיצוב אתרים היא של הקטנת הנפח והמשקל; לא עוד גרפיקת ענק, עכשיו הזמן למינימליזם, לתחכום, לרמיזה.

יש כאן פרדוקס מעניין: הרשת מכוערת, כי היא מצליחה. כלומר, אם היא היתה פחות מצליחה, פחות פופולרית, אזי היא גם היתה פחות עמוסה, פחות צפופה ופחותת איטית. אז היה יותר מקום, והיתה אפשרות להשתמש בגרפיקה נהדרת, באנימציות משתוללות, ובג'אווה אפלטס שמעיפים ציפורים לשמים ושולחים אייקונים של מכוניות להקפות על המסך. אבל לא. ולא משום שהטכנולוגיה אינה מאפשרת. אבל מי יישב מול המסך ויחכה שפרח יחשוף את עלי הכותרת שלו אחד לאחד, או שהמטוס ימריא וינחת, או כל ויז'ק אחר שעבר בראשו של מעצב האתר.

מעצבי האתרים מתוסכלים. הם יכולים, הם רוצים, הם יודעים לעשות גרפיקה מהממת, אבל המדיום סובל מבעיות עיכול. אז הם נמנעים. ולנו יש אתרים פונקציונליים, פשוטים ומכוערים. פחות פעלולים, יותר פונקציונליות. פחות משקל ויותר תוכן.

עוד מגמה מתמשכת היא ריכוז הקישורים בדף הראשי. בראשית ימי האינטרנט כלל הדף הראשי מספר מצומצם של קישורים, ולעתים היה צורך בארבע הקלקות עכבר, דרך מערכות של תפריטים ותפריטי משנה, כדי להגיע לתוכן. כיום המגמה הפוכה. הרצון להקל על הגולש, להפוך את האתר לידידותי ואת הניווט בו לאינטואטיווי, כמו הרצון להימנע מ"הקלקות" מיותרות, הביא למגמה של ריכוז קישורים בדף הראשי (שוב, מראה ה"שער לרשת") או לשימוש בתפריטים נפתחים (אלו מחייבים שימוש בג'אווה, או ב־DHTML. ראו את התפריט המצוין באתר MSNBC, לדוגמה). גם הקישורים נעשו טקסטואליים. זה כבר לא קול להמציא אייקון לכל דבר.

בישראל, בגלל התסכול ממיעוטם ומכיעורם של הפונטים הקיימים, התפתח הנוהג להצגת קישורים טקסטואליים בקובץ גרפי. כך אפשר ליהנות מהפונטים היפים של פוטו שופ. השאיפה לחסוך בכובד הביאה לירידתה של אופנה זו, וכיום רבים האתרים בישראל, כבכל העולם, המשתמשים ב־HTML פשוט להצגת הקישורים שלהם. מגמות אלו באות לידי ביטוי באתרים שהם "שער לרשת" (וכיום, כולם רוצים להיות ה"שער לרשת" שלכם).

האם זה רע? לא באמת. העיצוב לא מדהים, אבל מתרגלים אליו. הוא יציב, נוח, הדף עולה מהר ולא בודק את סבלנות הגולש, אין צורך לשוטט באתר כדי למצוא משהו, הכל מוצג בדף הראשי, הדברים במקומות קבועים, קל להתמצא. יש אומרים, יותר מדי קל להתמצא. למעשה, קשה לדעת איפה נמצאים. קשה להבדיל בין אתרים, והמראה שלהם אינו מצודד במיוחד.

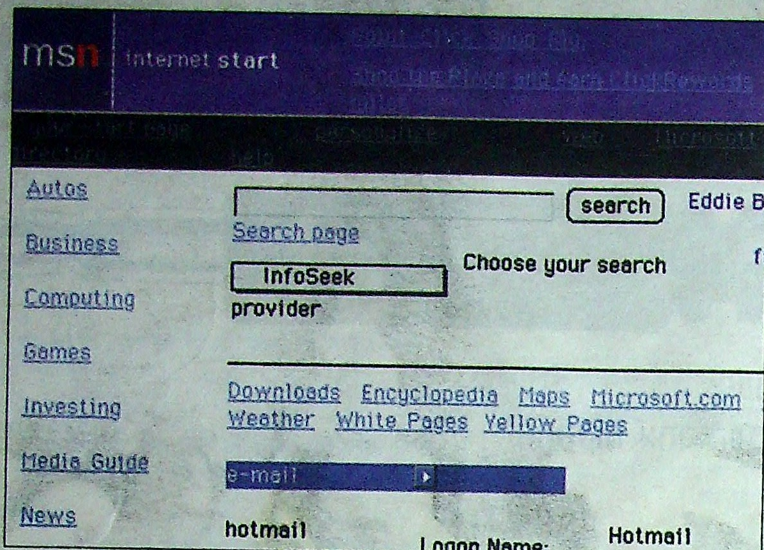
מה יהיה לנו?

עוד מעט קט יפ[illegible] הדור החמישי של הדפדפנים, הכולל ת[illegible]כה מלאה בכל השכלולים. DHTML היה אמור כבר לפני כחצי שנה להיות העתיד המזהיר. האתרים שאירגן WIRED הביעו המשתתפים התלהבות רבה מהיכולות של DHTML, ופחות, הרבה פחות, מהאפשרות ליישם אותן.

הצוותים של נטסקייפ ומיקרוסופט ספגו בכינוס הזה ביקורת קשה על האופן שבו הדפדפנים שפיתחו תומכים ב־DHTML, על העדר תאימות ביניהם, על הקושי בכתיבת DHTML, ועל העדר כלי עזר. הם התחייבו לביצועים טובים יותר בדור הבא של הדפדפנים.

כל השינויים, כל האופנות, ובייחוד כל הפתרונות ברשת, הם זמניים. עד שיבוא פתרון טוב יותר.

באחד מטוריו כתב ג'סי ברסט [illegible]ה שהוא מכנה "המצב העלוב של הגרפיקה ברשת", וטען כי הרשת מלאה באתרים מכוערים. וזה לא רק עניין של טעם אישי. לטענתו, יצירת גרפיקה לרשת היא קשה במיוחד בגלל מחסור בכלי תוכנה ראויים. גם הוא קרא לשמר את הדברים בפשוטתם. "על הגולש הממוצע", כתב ברסט, "עוברות תלאות לא־פשוטות בדרך אל האתר: רכישת המחשב, הסתדרות עם מערכת ההפעלה, תוכנת התחברות לספק, תוכנת דפדפן, מנוע חיפוש, ניווט, ואז, אולי, הוא סוף סוף מגיע אל התכנים. אז ברור שהביקור באתר צריך להיות פשוט, קל יותר ונוח. סביבה יציבה, מוכרת, שאינה משתנה תדיר, זו בהחלט התחלה טובה, וזה גם היתרון המרכזי של האופנה "שער לרשת". כל האתרים נראים מוכרים. כולם דומים. הסביבה באמת אינה משתנה.



אתר הבית של מיקרוסופט. מכוער, כמו כולם

ויש כאלה שנראים אחרת

ארבעה אתרים שאינם מוכנים להיראות כמו יאהו!!

מעצבים שונים בעולם שולחים את ידם בעיצוב אתרים, מהם מתעקשים שעיצוב לאינטרנט אינו סתם חיקוי לעיצוב עיתונות או טלוויזיה, אלא מצריך צורת חשיבה חדשה. לא תמיד זה עובד, אבל כשזה קורה, באמת אפשר לדמיין איך ייראה הדור הבא של הרשת. כמה דוגמאות:

http://www.madxs.com

מקום מושבה של חברת M.A.D הוא בסוסליטו, ארה"ב. האתר שלה מדגים את תפישתה החדשנית את הרשת, ומשמש כאתר הדגמה ללקוחות. אחד השותפים הבכירים הוא אריק אדיגרד, שמשתתף כמעצב ב־WIRED מאז ימיו הראשונים של המגזין, ובאופן טבעי הוא משלב רבות מיצירותיו באוסף הדימויים המוצגים בתנועה מתמדת על המסך.

האתר עולה די לאט, אבל באמת יש שם תפישה חדשה. האייקונים המצביעים ללינקים של חברות שונות נעים בגלילה בתחתית המסך, התפריטים נפתחים ממסך מלא, עליו נעות תמונות בלא הפסקה. לא צריך פלאג־אין מסוג כלשהו, כי הם לא מאמינים בטכנולוגיה הזאת, אבל צריך דפדפן שתומך ב־HTML דינמי, והרבה סבלנות.

http://www.fray.org

אתר אישי, ומעוצב להפליא, מציג וידויים של היוצר וחבריו, ממוינים לפי ארבע קטגוריות: פשע, תקווה, עבודה וסמים. בקטגוריות אלה נמנים רוב הנושאים שמעניינים את התבורה הזאת – The Fray – כגון טיפול מיוחד בבית הלבן, הכולל קריאת מאמר על תפקיד הממשלות בסייברספייס, או הצגה מעניינת של נזקי האלכוהול. למרות העיצוב המתוחכם והמיוחד, והשימוש המסיווי במסגרות, הדפים באתר עולים במהירות מפתיעה.

"האתר הזה נבנה לאלה המאמינים שהרשת היא מרחב לביטוי אישי ולאמנות מסוג חדש", אומר דרק פווזק, מקים האתר.

http://www.turbulence.org/Works/pedestrian/intro.html

אנט ויינטראוב, מעצבת במקצועה, בנתה אתר בהשראה המקצועית של Koolhaas ובהשראה הרוחנית שלו, "העיר המודרנית היא מכונה ממכרת שאיננו יכולים לברוח או להינתק ממנה". הטיול באתר כמוהו כשוטטות בעיר גדולה, בין מסך "תיאטרון האשפה" למסכי רחובות ואורות נאון, מלים רוקדות ושוחות, טקסטים וקולאז'ים.

http://acg.media.mit.edu/people/pcho/typemenot

פטר צ'ו הוא סטודנט בתוכנית המדיה של MIT. בדף האישי שלו הוא מציג את רוב העבודות שהכין לקורסים העוסקים בעיצוב. אחת מהן היא ניסיון בטיפוגרפיה, יישום ג'אווה שמאפשר למשתמש לבחור סוגי עיצוב שונים ולשחק באותיות ובמלים.

נאורה שם־שאול



מותו של הפלאג

פעם היה צריך להוריד פלאג־אין בכל אתר שני. היום כבר לא. התחקות אחר העבר המפואר, ההווה העגום והעתיד הלא־ברור של הפלאג־אין

ימי גליק

מעטים זוכרים את הימים שבהם ציפתה הקהילייה המקוונת (קהילייה קטנה למדי באותם ימים) בכליון עיניים להופעתו של הנטסקייפ נוויגייטור 2. אחד החידושים המרכזיים בו היה היכולת להפעיל פלאג־אינס (Plug־ins) – ולהלן "פלאגינס" – שיעבירו בתוך זמן קצר את האינטרנט מן העידן הטקסטואלי לעידן המולטימדיה.

הרעיון בבסיס הפלאגינס היה לפתוח את הדפדפן לטכנולוגיות של חברות שאינן קשורות לחברה המפתחת של הדפדפן, ולהעצים בכך את יכולתו של הדפדפן הרבה מעבר לתכנונו המקורי. בפועל, הפלאגינס הם למעשה טלאי תוכנה המורכבים על גבי הדפדפן ומעניקים לו יכולות נוספות. תוספת זו איפשרה לשוק הדפדפנים להתפתח במהירות מעוררת התפעלות ולהגיע לבגרות, כפי שבאה לידי ביטוי בגרסאות 4 של שני הדפדפנים המובילים.

באותם ימי בראשית הופיעו בזה אחר זה פלאגינס למכביר, וחברות רבות ניסו את מזלן בפיתוחם. תקני המולטימדיה עדיין לא נקבעו, ובידי כל חברת תוכנה היתה אפשרות (בפוטנציה) להשתלט על נתחי שוק עצומים ולהשיג עמדת הובלה עולמית. בתוך פחות משנתיים הוכרעה המערכה, ונותרו בה מספר מצומצם של משתתפים השולט כל אחד בתחומו, וכמה טוענים לכתר המנסים לשפר את מעמדם. מובן שהמצב אינו סטטי, וחברות חדשות עדיין עשויות להצטרף למעגל, אך המשאבים הדרושים לכך בפיתוח ובפרסום הם בסדרי גודל שאינם מותירים מקום רב לאלה שאינן מגובות בחברות ענק.

וכך, בלי שהרגשנו, איבדו הפלאגינס את מעמדם כטכנולוגיה ה"חמה" באינטרנט. כמה גורמים בשוק האינטרנט תרמו לכך: (א) נטסקייפ ומיקרוסופט החליטו על הפלאגינס המועדפים ומצרפות אותם לדפדפן. כך הגולש "מסודר" ב־99% מהאתרים, ואינו צריך להטריד את עצמו בהורדת הפלאגינס; (ב) הג'אווה וה־ActiveX קורצים אל אותו שוק ומבצעים את המשימה באופן אינטגרטיווי יותר (ראו את www.geo.co.il ו־www.mbed.com). כמו כן בשפת HTML הוכנסו שיפורים ניכרים, והתקנים החדשים הצפויים להשתרש, כגון XML ו־DHTML פותרים רבות ממגבלות ה־HTML המקורי, ומקטינות את הצורך בעזרים טקטיים נוספים; (ג) מיקרוסופט קונה כל מה שעושה קולות של פלאגין וידאו־אודיו, והופכת את התחרות בחברות הבנות שלה ללא כדאית. כבתחומים אחרים בחיים, רק השחקנים הראשיים מרוויחים בגדול. בתחום זה שחקני המשנה כמעט שאינם מרוויחים דבר.

בלאגן של תקנים

כיום, באתר של נטסקייפ בלבד יש 108 פלאגינס שאפשר להוסיף לדפדפן. מיקרוסופט אינה מפגרת הרבה. בעיקרון, אפשר לחלק את הפלאגינס לשתי קטגוריות עיקריות: מולטימדיה ועזרים שונים. באגף הראשון נמצאים פלאגינס המאפשרים לצפות בווידאו או לשמוע מוסיקה בזמן אמת מאתרים המאפשרים זאת. מאחר שיש כמה תקנים לקובצי אודיו ווידאו ברשת, יש גם מספר לא־מבוטל של פלאגינס המסייעים בפענוחם. באגף העזרים נמצא פלאגינס המסייעים לגלישה, כאלה המשמשים לעסקים (הצגת מדדי מניות וכדומה), התקשרות בין גולשים ברשת, וכמובן פלאגינס שמטרתם היחידה היא שעשוע.

לפלאגינס לא־מעט חסרונות. הדילמה הקלאסית היא, שפלאגינס רבים הם תוספת חשובה לכל גולש שמכבד את עצמו, אבל עם זאת, לא־מעט פלאגינס הם לא יותר ממוצרים לשעשוע (במקרה הטוב), שיוצרו בידי חברות תוכנה קטנטנות או תכנתים יחידים. כך ניצב הגולש פעם אחר פעם לפני השאלה, האם להוריד גם את הפלאגין הזה או שכדאי לוותר עליו? האם אדרש לו באתרים נוספים או שמא זהו זן נדיר ונכחד שלא אפגוש שנית בגלגול הנוכחי?

ובכך לא תמו בעיותיו של הגולש, שכן כדי להאזין לקובצי קול מסוג MIDI דרוש פלאגינס, ויש כמה פלאגינס שכאלו, אלא שהורדה של אחד מהם עדיין אינה מבטיחה יכולת להאזין לקובצי MIDI בכל הדפים ברשת. אם בונה האתר בחר במקרה להעדיף פלאגין שונה מזה שברשותכם, תיאלצו להוריד גם אותו לשמיעת קובץ שלכאורה הדפדפן שלכם מסוגל לטפל בו. מתסכל במיוחד הוא המצב שבו פלאגין המובנה כבר לתוך הדפדפן (כלומר שנטסקייפ או מיקרוסופט הכלילו אותו בדפדפן שלהן) אינו מסוגל לפתוח דף המיועד מלכתחילה לפלאגינס של הדפדפן השני.

כך לדוגמה, הן האקספלורר והן הנוויגייטור מכילים כבר את Quick Time, אלא שהאקספלורר אינו מסוגל תמיד לפענח Quick Time שיועד לנוויגייטור ולהפך. גרסה 4 של שני הדפדפנים כבר מפנה את הגולש אוטומטית להורדת הפלאגינס ולהתקנתו. רבע נחמה. עוד חיסרון של הפלאגינס הוא ששימוש בהם בזמן גלישה דורש הרבה RAM. וכך, כדי לצפות בדף המכיל shockwave, מומלץ שיהיו ברשותכם כ־9 מגבייטים פנויים של RAM.

התניעו את המודמים

ולשאלת מיליון הדולר: כיצד לאתר את הנחוצים ביותר והשווים ביותר מקרב שלל הפלאגינס המצויים ברשת? טוב, בדיוק בשביל זה אנחנו כאן. חממו את המודמים.

Apple Quick Time אחד הפלאגינס הוותיקים ביותר, המאפשר צפייה בסרטונים קצרים. להוריד ב־

http://www.apple.com/quicktime/download/index.html

RealPlayer הפלאגין שאיפשר שידורים של תחנות רדיו וטלוויזיה באינטרנט וכבר הפך מזמן לתקן המקובל. RealPlayer מאפשר צפייה והאזנה בזמן אמת לקובצי קול ותמונה (Streaming Audio and Video). הגרסה האחרונה ניתנת להורדה ב־

http://www.real.com/products/player/downloadrealplayer.html?load,v1wp=dl0898&src=down

Shockwave Macromedia לגלוש בלעדיו זה כמו ללכת לדוג ולהשאיר את החכה בבית. למהר ולהוריד ב־

http://www.macromedia.com/shockwave/download/index.cgi?P1_Prod_Version=ShockwaveFlash

VDOLive Player קצת פחות מפורסם מה־RealPlayer, אבל נפוץ דיו לחייב כל גולש שמכבד את עצמו להתקין אותו. להוריד ב:

http://www.clubvdo.net/clubvdo.Default.asp

Vivo Active Player עוד פלאגין שמאפשר צפייה והאזנה של Streaming Audio and Video, ואף שהוא אינו מהפופולריים ביותר, אלו המחוברים בקצבים גבוהים לרשת ייהנו ממנו הודות לאיכותו הגבוהה ביחס לתוכנות האחרות.

http://egg.real.com/vivo-player/vivodl.html

Crescendo אחד הנגנים הנפוצים ביותר ברשת לקובצי ה־MIDI. כאמור, יש עוד כמה כאלה, והורדה של ה־Crescendo אינה מבטיחה בהכרח שכל קובץ MIDI ברשת יישמע, ואולם זהו אחד הטובים והנוחים מהמבחר הקיים. גרסה 3 מוסיפה כמה תכונות חביבות עם נטייה להתרסק יחד עם הדפדפן מפעם לפעם, כך שאולי כדאי להעדיף את גרסה 2.31 (לפי־סי בלבד. למק מתאימה גרסה 2 בלבד). להוריד מ:

http://www.liveupdate.com/dl.html

WorldView מדובר בתוספת לדפדפן, המאפשרת שיטוט בעולמות וירטואליים מסוג VRML, ולכן אפשר להיות רגועים קצת יותר. מהרגע שבחרתם בפלאגינס המועדף עליכם לצפייה ב־VRML, הוא יפתח לפניכם את כולם ולא תזדקקו לאחר, עד להופעת גרסאות מתקדמות יותר. יש פלאגינס ידועים יותר ל־VRML, דוגמת ה־CosmoPlayer או ה־Viscape, אבל WorldView הוא החביב על מערכת "קפטן אינטרנט". הקפידו להוריד את הגרסה המתאימה לדפדפן שלכם.

http://www.intervista.com

Power Point Animation Player פשוט כפי שזה נשמע. פלאגין המאפשר הצגת מצגות Power Point וצפייה בהן ברשת. מיקרוסופט מאפשרת הורדה של בונה המצגות והפלאגין לצפייה בהן.

http://www.microsoft.com/powerpoint/internet/player/installing.htm

Look@Me מאפשר למשתמש לצפות במסך של משתמש אחר. יעיל במיוחד לארגונים גדולים, אבל נחמד גם בקנה מידה ביתי.

http://collaborate.farallon.com/www/look/ldownload.html

OnLive! Traveler יכניס אתכם למבחר עולמות וירטואליים, שם תוכלו לפגוש גולשים אחרים ולשוחח עמם בקולכם הטבעי.

Adobe Acrobat Reader אנשי מקצוע בתעשיית הדפוס והגרפיקה כבר יודעים שבלעדיו אי־אפשר. אבל גם "סתם" גולשים מתחילים לחוש בחסרונו בחבילת הפלאגינס שלהם. בעזרת ה־Reader ייפתחו לפניכם דפים עתירי טקסט וגרפיקה בפורמט PDF. להוריד מ:

http://www.adobe.com/prodindex/acrobat/readstep.html

IPIX לצפייה בהדמיה פנורמית באיכות גבוהה. מתוך המראה הפנורמי אפשר גם להגיע ללינקים שונים. אף שבמקור נוצר הפלאגין הזה כדי לסייע למכירת בתים ונכסים דרך הרשת, הבינו היצרנים שהפוטנציאל הוא בלתי מוגבל, וכך תוכלו למצוא באתר החברה שפע של דוגמאות לאיכויות של IPIX. להוריד ב:

http://www.ipix.com

EchoSpeech מאפשר האזנה לקובצי קול (כלומר דיבור אנושי בלבד) באיכות טובה. העובדה שערכת הפיתוח ניתנת חינם למשתמשים פרטיים (לגופים מסחריים בפחות מ־100 דולר) מבטיחה היתקלויות רבות עם EchoSpeech. להוריד מ:

http://www.echospeech.com/plugin32.htm

הפלאג של המחר

מה הלאה? השוטר של השכונה, מיקרוסופט, מנסה להשליט סדר בעבור המשתמש המבולבל, ובחלונות 98 כבר מכילה את ה־Microsoft Media Player, שאמור להשמיע ולהראות את כל הפורמטים שיש כיום ברשת. המדאיג בחדשה הטובה הזו הוא שתקנים שה־Player לא ידע להשמיע עלולים שלא לשרוד לאורך זמן.

עתידם של הפלאגינס אינו ברור. הפיתוחים בתחום הג'אווה וה־ActiveX עלולים להפוך אותם לחטוטרת מיותרת על גבו של הדפדפן. הטובים שבהם עשויים להיטמע בתוך הדפדפנים בגרסאות הקרובות, והפחות טובים – להיעלם סופית. תפישת הטלאים שמייצגים הפלאגינס מחליפה את מקומה לחליפה תפורה היטב לצרכיו של הגולש. עם זאת, הפלאגינס ימשיכו לאפשר הכנסת טכנולוגיות חדשות לשוק האינטרנט בלא להידרש להמתנה לדפדפן חדש, ובלי ההכרח להיזקק לרצונם הטוב של נטסקייפ ומיקרוסופט.



קפטן שלום ניסיתי להיכנס לאתר www.imj.org.il וקיבלתי את ההודעה הבאה: "Incompatible display setting to few colors". מה עלי לעשות?

תודה, אלי

הקפטן משיב: כל שעליך לעשות הוא לגשת ל-/"המחשב_שלי"/"לוח_הבקרה"/"תצוגה", ולשנות את לוח הצבעים ל־24 סיביות – וזאת בהנחה שיש לך כרטיס גרפי, המאפשר זאת (רוב הכרטיסים הגרפיים המשווקים כיום מאפשרים זאת).

קפטן שלום, היכן אוכל למצוא רקעים יפים ומגוונים ל-600x800 פיקסלים?

תודה מראש, טל

הקפטן משיב: לחובבי שמאלץ ואופרות סבון (והקפטן יודע שכולם כאלה בסתר לבם), אתר חובה, עתיר רקעים ויקטוריאניים וכאלה עם מלאכים קטנים וחמודים. לא כולם ברזולוציה שהוזכרת, אבל אסור להחמיץ:

http://marvelcreations.com/bg.html

אתר לרקעים שונים מסדרות טלוויזיה, מסרטים, חיות ועוד:

http://www.wulfert.com/wallpaper

רקעים יפים מתוך המשחק Riven, אפשר למצוא ב:

http://www.rivenguild.com/desktops.html

למעריצי לארה קרופט:

http://www.tombraider.com/tombraiderbackgrounds.html

למשתמשים יצירתיים: אפשר לקחת כל תמונה, להכניסה ל"צייר" של חלונות, למתוח פה לכווץ שם (על ידי Image\Strech), ולאחר ניתוח פלסטי זריז לקבל רקע תוצרת בית. כדי להפוך את הציור לרקע במסך יש לבחור ב"קובץ"/"קבע_כטפט".

קפטן שלום! הייתי מאוד רוצה לשלוח E־Mail למפורסמים. היכן אוכל להשיג את הכתובות?

הקפטן משיב: ברור שדווקא אלה המפורסמים מעדיפים שכתובתם תישאר חסויה, וברור שדווקא בגלל זה רבים מתאמצים לגלות את הכתובות. שני אתרים שבהם תמצא רשימות של מפורסמים הם:

http://web2.airmail.net/bobb

.http://email.miningco.com/msub28.htm

קפטן שלום! עם היעלמותו של הסופר־צ'אנל ממרקענו, תהיתי אם יש תחליף הולם ברשת.

רונלדו

הקפטן משיב: לצערך, ולצערו של הקפטן, לרשת NBC עדיין אין ערוץ ברשת. תוכל למצוא נחמה באתר http://www.nbc.com, או ב־http://www.videoseeker.com, אתר המציג מבחר גדול של קליפים מתוכניות שונות של NBC בכל פורמט שתבחר.
כדי למלא את הצורך שבהשתייכות לקהילייה טלוויזיונית גדולה מזו של ערוץ 2 תוכל לבחור מכמה ערוצי טלוויזיה אמריקאיים המשדרים ברשת בזמן אמת:

42 שעות של מופעי סטנד־אפ: http://www.comedynet.com

ספורט מהעולם, ובעיקר מברזיל: http://www2.uol.com.br/espnbrasil

חדשות רשת פוקס: http://www.foxnews.com/video

ערוץ האופנה: http://www.ftv.fr/watchftv.html

ערוץ 3 שמרני מאוקלהומה: http://tv53.oru.edu

חדשות ופוליטיקה מוואשינגטון: http://www.c-span.org/watch

MTV אירופה: http://www.m2europe.com/m2watch.htm

הדובדבן שבקצפת: ערוץ המהפכה האיסלאמית מאיראן.

http://www.irna.com

צפייה מהנה.

קפטן שלום! ברצוני לעקוף את הביורוקרטיה הממשלתית דרך הרשת. איפה עלי להתחיל?

איה

הקפטן משיב: כל המשרדים, כל המוסדות, כל המועצות ב"שער הממשלה": http://www.info.gov.il

קפטן שלום, אני מעוניינת לקנות ספרים בעברית באינטרנט, היכן אוכל לעשות זאת?

שולמית

הקפטן משיב: הקפטן שמח לשמוע שיש עוד אנשים שיודעים לקרוא מנייר ולא מצג המחשב. בבקשה:

http://www.dbook.co.il

קפטן יקר! האם אפשר לבדוק ברשת כמה שווה הפיאט רגאטה 70S המשומשת שלי, מודל 85'?

חן

הקפטן משיב: הקפטן מבין יותר בספינות מאשר במכוניות, אז הוא פנה לאתרים של מחירוני הרכב בישראל ב:

http://www.dynamo.co.il/pricetab.htm

וגם ב:

http://www.interkol.com/price/privet

אגב, הפיאט שלך שווה 6,500 שקל. מוכר, מוכר?

הצעירים האלה, יש להם אלוהים

ולא סתם אלוהים, אלא כזה המופיע בקליפים ועושה קעקועים. ספר חדש, "אמונה וירטואלית" שמו, מנתח את היחסים המתוחים שבין הדת לתרבות הפופ, ואפילו מציע הצעות לשינוי. גם האינטרנט בתמונה



איור: אבי כץ

ג'ון כץ, WIRED

האם האזרחים הצעירים, חסרי הכבוד, הספקנים והעוקצניים של הסייברספייס, הם בעצם טיפוסים רוחניים? האם הפולחן החדש שלהם כולל שפה פרובוקטיווית, סמלים ותמונות הלקוחים מתרבות הפופ? האם הדת המוסדית יכולה לרדת מדוכן המטיפים המתנשא שלה, לאמץ בחום את האינטראקטיוויות, ולפנות אל הצעירים בתנאים חדשים?

הסופר טום בודווין סבור, כי אמריקאים בני דור ה־X, ובייחוד אלה באון־ליין, נמצאים בחיפוש רוחני המוזן וזוכה להשראה מהמוסיקה, מהאופנה וממקומות הבילוי שלו. יותר מזה, בודווין טוען שהכנסיות, המאובקות, ההיירככיות, ייאלצו להשתנות בקיצוניות כדי להגיע אל הצעירים.

בודווין, נער מקהלה לשעבר, שגדל על טלוויזיה ומשחקי וידאו, סיים את לימודיו בבית הספר לתיאולוגיה בהרווארד לפני שנתיים. הוא נגן בס בלהקת רוק באזור בוסטון, ושרד את וודסטוק 94'. בספרו המפתיע, "אמונה וירטואלית" (Virtual Faith), טוען בודווין כי התרבות הפופולרית – מסרטים ומוסיקה ועד האינטרנט ותוכניות טלוויזיה – ספוגה ברוחניות ובאיקונוגרפיה דתית.

המיטב של WIRED

בודווין מצטט וידאו קליפים (במיוחד את "Losing My Religion", של להקת R.E.M מ־91', את מדונה ואת סאונדגארדן), תוכניות טלוויזיה וסרטי קולנוע כמקורות של תרבות פופולרית המלאים עד גדותיהם ברוחניות, אף שבאותה עת משתתפים אזרחי הסייברספייס בהתקפה על אותם מוסדות ממש. "הסביבה של הסייברספייס מספקת משאבים הבשלים לפגיעה בהיירככיות", אומר בודווין. האינטרנט משטח בטבעיות מוסדות חזקים; כשלכל כך הרבה יחידים יש כל כך הרבה הזדמנויות להפוך למשתתפים פעילים בתקשורת – הם יכולים ליצור ולהפיץ את התיאולוגיה האישית שלהם. מבחינת המדיום אין הבדל בין דת לדת.

בעולם הדיגיטלי, יחידים אינם חייבים לקבל את התפישה – או הדוגמה – הרשמית, אלא הם חופשיים לחפש ולמצוא את התפישה שלהם, ולהצטרף לקהיליות וירטואליות בעלות רעיונות חדשים הנוגעים לרוחניות. סייברספייס וכנסיות מוסדיות מתקיימים במאבק תמידי, כותב בודווין.

שיתביישו הצעירים

קשה לתאר את הדתות הגדולות – יהדות, איסלאם, נצרות – הופכות ליותר אינטראקטיוויות וחופשיות כדי להפיץ את דבר האלוהים כפי שהוא מופיע בטקסטים מקודשים.

זו הבחנה יסודית, ברורה מאליה, אך מתבטאת רק לעתים נדירות. נדמה כי דתות מאורגנות חשות טינה כלפי תרבות פופולרית באופן כללי, ובמיוחד כלפי הסייברספייס. הן זועקות על התמכרות ועל חשיפת הצעירים למידע לא־מסונן, לא־מצונזר, לפורנוגרפיה ולאלימות. תרבות הפופ, לעומתן (ותרבות האון־ליין בוודאי), עוינת אינסטינקטיווית מוסדות כוהניים המטיפים לחבריהם במה להאמין. שני הכוחות התרבותיים הם אויבים טבעיים.

ואולם אין פירוש הדבר, טוען בודווין, כי אזרחי הרשת אינם בני אדם רוחניים. זו אינה טענה מפתיעה בעבור המבלים ברשת: דת ורוחניות מכל הגוונים פורחות שם. עשרות אלפי רשימות דואר, אתרים וקבוצות חדשות מיוחדים לביטוי ולהגות דתית.

יתר על כן, בודווין טוען שהמאפיינים הפרובוקטיוויים, הבלתי מכובדים, אפילו כופרים, של הקבוצה שהוא מכנה דור ה־X – קעקועים, פירסינג, צלבים כפריטי לבוש אופנתי, מלות שירים ותמונות וידאו עם תמונות דתיות ומיניות – דוחים את הדת רק לכאורה, שכן למעשה מדובר בביטוי רציני לצורך של דור חדש באמונה שבה יוכל להאמין, במקום הדת הקונוונציונלית.

בודווין טוען, כי ארבעה נושאים נמצאים בבסיס התיאולוגיה החדשה של בני דורו:

1. כל המוסדות – דתיים, פוליטיים, תקשורתיים – חשודים.
2. ניסיון אישי הוא קריטי. אמונה דתית חייבת איפוא לכלול התנסות, ולא להיות נלמדת או מחויבת.
3. סבל הוא רוחני.
4. אי־בהירות וספקות אינם נסיגות מאמונה, כי אם סוג חדש של אמונה.

מדד חברתי חדש

"בתקופת חיינו, במיוחד בתקופה הקריטית של שנות השמונים, תרבות הפופ היתה מי השפיר שקיים אותנו", כותב בודווין. "בשביל דור של ילדים שהיתה להם מערכת יחסים מנופצת או שבורה לגמרי עם דת 'פורמלית' או 'ממסדית', תרבות הפופ מילאה את החללים הרוחניים. זו היתה הכמורה הפונדקאית של הצעירים, שתפסה את התפקיד שמילאה הכמורה הממסדית בחייהם של הדורות הקודמים".

בשנות השמונים, היתה התרבות הפופולרית מלאה באזכורים דתיים. שירים,

מנהיגים דתיים חברו במשך שנים לעיתונאים ולפוליטיקאים סתומים כדי להציג את הצעירים כטיפשים, חסרי רגישות ורפי שכל כתוצאה מהתרבות הפופולרית

וידאו קליפים וסרטים, היו עמוסים באזכורים של חטאים, ישועה וגאולה. "התרבות הפופולרית", כותב בודווין, "ניצחה את הדת הממסדית במשיכת צעירים; הקדשנו הרבה יותר זמן לתרבות הפופ, והיא היתה בעלת תוכן דתי הרבה יותר רחב, שהיה רלוונטי לדור שלנו. האם ייתכן שתרבות פופולרית היתה הזירה הדתית שלנו?

"אני לא רק שוכנעתי", הוא אומר, שהתרבות הפופולרית היא אמונה חדשה ואידאולוגיה, אלא גם שכישלון העיתונות והפוליטיקה לתפוש זאת צימצם מאוד את שני הממסדים בעבור הצעירים.

"מנהיגים דתיים חברו במשך שנים לכותבי מאמרים עיתונאיים ולפוליטיקאים סתומים כדי להציג את הצעירים כטיפשים, כחסרי רגישות, כרפי שכל וכפרועים מדי בעטיה של התרבות הפופולרית, כדי להתנגד לתמונות הוולגריות והאלימות.

"העובדה שאין כמעט הוכחות לתמוך בדעה הטיפשית הזאת, המושמעת לעתים קרובות, מעידה שאזעקות מתמשכות אלה קשורות הרבה יותר לשימור כוחם של הממסדים המפיצים אותן מאשר לדאגה כנה כלשהי לצעירים.

"מאחר שצעירים צופים בטלוויזיה, הולכים לסרטים, וגולשים באינטרנט בלי להפוך לטיפשים או לרצוח את שכניהם, אפשר לומר שלא רק שלמוסדות אלה אין מושג, אלא שהם גם אינם ישרים".

למעשה, אותו חיבוק היה גדול עוד יותר מכפי שמציע בודווין. תרבות הפופ היא נקודת התייחסות אוניוורסלית לגבי הצעירים, מרד

כשמנהיגים דתיים או פוליטיים מושיטים את ידם "לאנשים צעירים", זה נעשה על פי רוב בדרכים הכי מתנשאות, הכי בלתי נסבלות והכי לא־יעילות

חדש של קהילייה; בני אדם מבינים זה את זה על ידי המוסיקה שהם אוהבים או מתעבים, על ידי הסרטים שהם אוהבים ותוכניות הטלוויזיה שהן בבואה לחייהם. מעריצי "תיקים באפילה" חולקים מערכת ערכים מסוימת בשעה שהמכורים ל"מלרוז פלייס" נוצרים בלבם ערכים אחרים.

דוגמה זו מצוטטת לעתים קרובות כהוכחה לאדישותם ולחוסר תרבותם של הצעירים, ואין לנו אלא להיווכח, אומרים אלה, עד כמה אכפת לצעירים ממוסיקה מטופשת, מטלוויזיה ומסרטים, כשיש כל כך הרבה עניינים רציניים, ספרים ודברים אחרים לעסוק בהם.

מה שברור הוא, כי הצעירים יוצרים סוג אחר של תרבות. אם היא טובה או גרועה יותר, יאמרו ההיסטוריונים. נדמה כי בודווין מבין שממסדים כגון עיתונות ודת הם בעלי טווח אפשרויות צר למדי. הם יכולים להשתנות או לחדול.

"דור ה־X התבגר בתרבות של סימנים מורכבים וסותרים, מהם דתיים, ובהחלט לא בשממה תרבותית נעדרת סמלים רוחניים. זרמים אחדים בתוך אותו נהר תרבות פופ של דור ה־X נושאים יותר מאשר סתם חיידקים של רוחניות שזה עתה החלה להתגבש", טוען בודווין.

האתגר הדתי

התרבות הפראית והעצמאית של הצעירים מציבה אתגר לממסד הדתי: להטיף ולדבוק בדת, לא מעמדת כוח וצדקנות, כי אם מתוך תחושת צניעות וחולשה בעולם – פנייה רדיקלית מהעמדה המתחסדת והמתרברבת שנקטו מרבית המנהיגים הדתיים. כשמנהיגים דתיים או פוליטיים מושיטים את ידם "לאנשים צעירים", זה נעשה על פי רוב, בדרכים הכי מתנשאות, הכי בלתי נסבלות והכי לא־יעילות.

בודווין מציע פתרון רדיקלי הרבה יותר:

"על ידי זניחת הקישוטים, המעמד החברתי המיוחד וההתעקשות לשרת, לא שישרתו אותן, כנסיות יגיבו בנאמנות, לא רק לשינוי הנבואי שהביא עמו דור ה־X, אלא, חשוב מכך, לדוגמה של ישו", הוא כותב.

אף על פי שהשימוש של בודווין בביטוי הוא נדיר, נדמה כי ב"אמונה וירטואלית" הוא מקדם סוג חדש של אינטראקטיוויות רוחנית. אינטראקטיוויות מאזנת וגם גורמת לענווה אצל העיתונאי, הפוליטיקאי, הפרשן והכומר. היא משנה את היחסים בין מחלקים ומקבלים של מידע. היא דורשת, כפי שמציע בודווין, דרך חשיבה שונה, דחייה של חוסר איזון הכוחות בין ממסדים כה רבים לבני אדם יחידים. ואם העיתונות רואה באינטראקטיוויות גלולה מרה ומתנגדת לה, כמעט עד כדי הכחדת הענף שעליו היא עצמה יושבת, תארו לעצמכם כיצד יגיבו כנסיות?

תידרש הרבה יותר מאשר ענווה כדי להפיץ את דברי האלוהים בסייברספייס. אפילו אזרחים צעירים ברשת חוו חופש ביטוי חסר תקדים וגישה להשקפות עולם מגוונות. מדוע עליהם לוותר על זה כדי לאמץ איזו הלכה או את מלותיו הנגלות של מישהו אחר?

ואולם, אינטראקטיוויות אמיתית – תספק לממסדים הדתיים הזדמנות להמריץ את עצמן מחדש ולעזור לאזרחי הרשת, במקום פשוט לנופף באצבעותיהן כלפי הדרכים השובבות והבלתי הגונות של הגולשים.

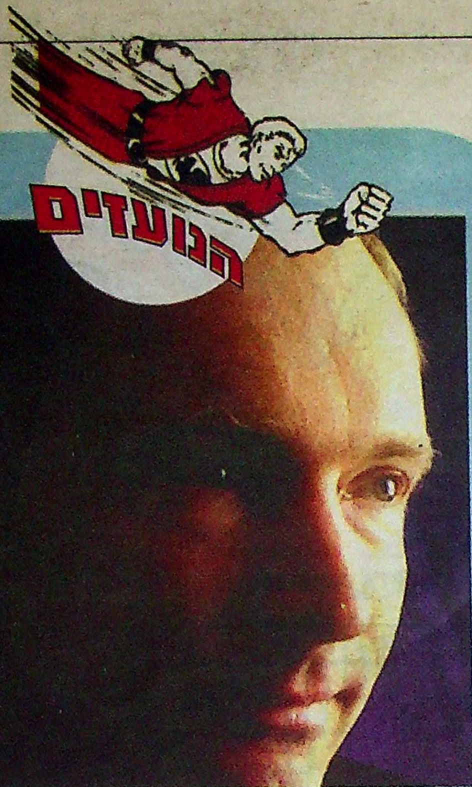
בודווין מציב אתגר גדול לסמכות בבקשו מממסדים דתיים, ממשגיחים מוסריים וממנהיגים פוליטיים להפסיק לפחד מחוסר הכבוד של תרבות הפופ. להקשיב, במקום להטיף. "ככל שהתרבות הפופולרית תיחקר יותר", הוא כותב, "וככל שחוסר כבוד ייחשב כצורה לגיטימית של דתיות (בכל חוסר הלגיטימיות שלה), מוצג דור ה־X כבעל תרומה דתית אמיתית גדולה יותר. דור ה־X גם יכול לעשות צעדים גדולים, לא בטיפוח רוחניות משלו, אלא גם בהמרצה מחדש של ממסדים דתיים ובהצבת אתגר לאמונה של דורות מבוגרים יותר.

שינוי או מוות

החלק החלש בטענות של בודווין הוא ההנחה המוקדמת שאם יפנו אליהם בדרך שונה, צנועה ומודרנית יותר, יבחרו האזרחים הצעירים של הסייברספייס לתרום תרומה דתית קונוונציונלית. זה רחוק מלהיות ברור, שכן זהו דור המחליט בעצמו על פי התנאים שלו, בקצב שלו. חמוש במידע חדש – בכוח החדש לתקשר עם אחרים לפי רצונו, בכל רחבי העולם – וביכולת לראות ולשמוע כל השקפת עולם שאפשר להעלות על הדעת – ייתכן שבודווין אינו תופש עד כמה הקבוצה שהוא מכנה דור ה־X היא באמת עצמאית ושונה.

בודווין כתב ספר מחכים ומשכנע. הוא כותב על תרבות הדור מתוך היכרות, אבל זה כמעט בלתי נתפש שהדת תגיב לתרבות מלאת חיים וחדשה זו בצורה אחרת מכפי שהגיבו הפוליטיקה ואמצעי התקשורת.

הניסיון שלנו עד כה, בעידן הדיגיטלי, מעיד שממסדים המרכזים בידיהם כוח מעדיפים למות במקום להשתנות, ולרדת מגדולתם במקום לשחרר מרצונם את אחיזת הברזל שלהם ברעיונות ובהשפעה. אותם צעירים, שבודווין כה משתוקק שהדת תגיע אליהם, יעצבו בסופו של דבר ממסדים חדשים, במקום לקבל, או לאמץ, את אלה שכבר קיימים.



הכל זה פרוטוקול

האנשים שעשו את האינטרנט, והשבוע: **טים ברנרס-לי** האיש שהמציא את ה־World Wide Web

טים ברנרס־לי, 43, סיים בהצטיינות לימודי פיסיקה בקווינס קולג' של אוניברסיטת אוקספורד הבריטית. בתקופת לימודיו בנה לעצמו את המחשב הראשון שלו, שהתבסס על מעבד 6800M ומסך של טלוויזיה ישנה. אחרי לימודיו, עבד שנתיים בחברת התקשורת הבריטית פלסי, והצטרף לחברת די ג'י נאש, כדי לעסוק בפיתוח תוכנות לסדר ממוחשב, מדפסות חכמות, מערכות הפעלה ומערכות לתקשורת בזמן אמת.

אחרי שנה וחצי כיועץ מקצועי עצמאי באותם תחומים, הצטרף ברנרס־לי כיועץ תוכנה ל־Cern, המעבדה האירופית לחקר החלקיקים בז'נבה, ושם החל לפתח באופן עצמאי את הרעיונות שהתגבשו להמצאת הרשת. בשלב זה הוא לא פירסם את התוכנה שכתב, ושאותה כינה Enquire, ורק ב־89' הציע ל־Cern, שם כבר כיהן כעמית מחקר, לפתח פרויקט כלל עולמי שנודע בשמו World Wide Web – WWW.

העבודה האינטנסיווית על הפרויקט החלה באוקטובר 90', ושנה אחר כך כבר לא היתה אפשרות לדמיין את העולם בלעדיו. הרשת נועדה לאפשר לאנשים לעבוד יחד על ידי צירוף הידע שלהם ברשת של מסמכים היפרטקסטיים, שתאפשר לכל אחד מהם למצוא מידע בקלות, ולהגיע ממקום למקום בדילוגים אסוציאטיוויים ותוכניים. עד סוף 91' כבר כתב ברנרס־לי את השרת והלקוח הראשונים, והשם World Wide Web כבר היה נפוץ ומוכר.

ברנרס־לי, היום מנהל ב־3W, הקונסורציום הבינלאומי לתיאום התפתחות הרשת, המשיך לעבוד על פיתוח הרשת עד 93', בדק את תגובות המשתמשים, תיאם בין הפירבקים לפרוטוקולים השונים, שיכלל ואיפיין מונחים שנעשו מאז שגורים: http, URL, HTML, וקיים דיונים רחבים עם כל אדם שזכה לגעת בפעם הראשונה בטכנולוגיות שאיפשרו את קיומה של הרשת.

כשהצטרף ב־94' למכון הטכנולוגי של מסצ'וסטס (MIT), עשה זאת בעיקר כדי לפקח על שיתוף הפעולה של המכון עם מוסדות מחקר גדולים באירופה וביפאן. זהו תפקידו בהנהגת 3W, גוף שמטרתו המוצהרת היא "להנהיג את הרשת למימוש מלא של הפוטנציאל שלה, להבטיח את יציבותה ואת התפתחותה המהירה ולפתח כלים שיאפשרו זאת". הקונסורציום פועל לשיתוף פעולה בין גופים מסחריים ל־אקדמיים המשתמשים ברשת ומקדם תקנים משותפים ומאגרי מידע שיעמדו לרשות הכלל.

ברנרס־לי זכה ב־95' מטעם קרן קילבי בפרס "הממציא הצעיר", ואחריו באו כמעט כל הפרסים האפשריים בתחום הטכנולוגיה והתקשורת. ב־97' זכה בתואר כבוד מטעם מלכת בריטניה.

על מלחמת הדפדפנים ועל יריבויות עסקיות דומות הוא אמר זה לא כבר: "אני סולד ממאבקים כאלה, כי הם מקדמים עניינים של חברה אחת על חשבון אחרות ומחזירים אותנו לימים חשוכים שבהם ריסקט של פי־סי לא התאים לשימוש במקינטוש".

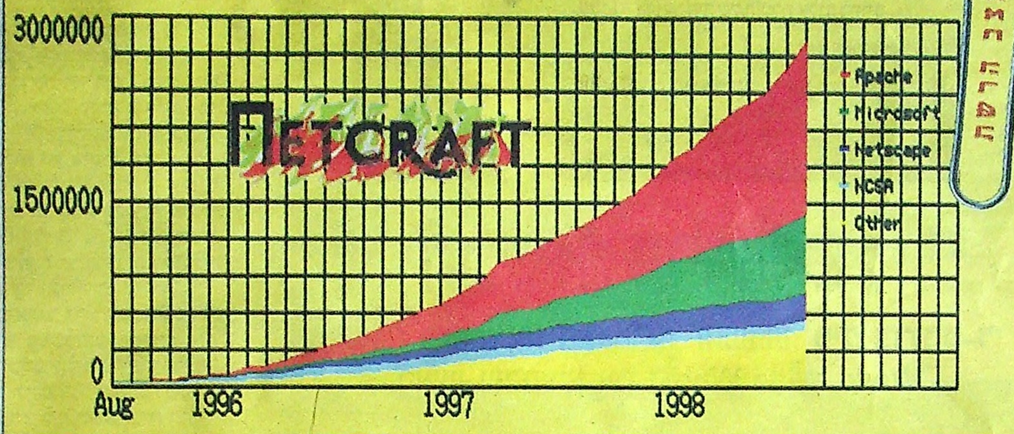
תולדות הקונסורציום וגם אתרו האישי של ברנרס־לי, שבו הוא מביא מאמרים והרצאות על ההיסטוריה של הרשת

http://www.w3.org

דפנה לויינוביץ

לידיעת הגולשים

אתר הקפטן: http://www.haaretz.co.il/captain



מהם הממדים האמיתיים של האינטרנט? איך בכלל מודדים אותו? באיזה קצב הוא צומח? האם אי־פעם תיעצר הצמיחה המואצת הזו? על שאלות אלה ועוד יענו הנתונים שמספק האתר העוקב אחר קצב התפתחותה של אוטוסטרדת המידע. כל נתון, מאמר, ניתוח או טבלה מובילים לעוד ועוד, חוקרים וצופים הבודקים בכל רגע נתון את מצב הרשת, במושגים של נפח, מהירות תנועה, מספרים ואחוזים.

http://www.mit.edu:8001/people/mkgray/net

מבט אחר על אותם נתונים:

http://www.mit.edu/people/mkgray/net

גלישה אקראית עשויה להיות מהנה, אבל קשה להיאחז בנתוניה כדי לגבש תמונה כוללת על איכויות ומשמעויות האינטרנט. האתר הזה מציע הדרכה לגולש שמחפש סדר ושיטתיות: סמינר מקוון שיפזר את ערפילי המסתורין מעל הרשת יצביע על המקומות שבהם חבוי מידע חשוב ומעניין ויספק רמזים ועצות בכל הנוגע לשימוש יעיל באינטרנט. מה זה אינטרנט? מה יחסו לרשת הגלובלית? למה כל זה חשוב? מי משתמש במה?

http://www.cio.com/WebMaster/sem2_home.html

הקונסורציום הבינלאומי, העוסק בהגדרת ה־World Wide Web (גיבוש תקני עבודה ברשת) ובניסיונות למצות את מלוא האפשרויות הגלומות בה, פורש את משנתו ב:

http://www.w3.org

"סקר הדומיינים השלם" מנסה לגבש רשימה מקיפה ועתירת פרטים על כל ספק אינטרנט, ועל כל שרת המארח אתרי אינטרנט.

http://www.nw.com/zone/WWW/top.html

סקר עדכני באותו עניין, שתוצאותיו פורסמו אך השבוע, קובע כי באינטרנט יש כיום כמעט 5 מיליון אתרים. המידע השלם נמצא ב:

http://www.domainstats.com

נתונים עדכניים על ספקי אינטרנט באירופה, אפשר למצוא ב:

http://www.ripe.net

אינדקס הסקרים המקיף של האינטרנט, המספק נתונים על תנועה ברשת בחלוקה לפי מין, גיל, מוצא, עיסוקים ועוד – מתפרסם לצד סקרים דומים בתחומים פחות וירטואליים:

http://www.nua.ie/surveys

אגודת האינטרנט, ארגון בינלאומי, א־פוליטי ובלתי תלוי, מציג סקירה של כל המי ומי ברשת, ומידע מעניין על תולדות האינטרנט.

http://info.isoc.org

תרשימים נאים המדגימים את תוצאותיו של סקר מקיף הנוגע להרגלי גלישה, תחומים שבהם מוקמים אתרים חדשים ועוד אפשר למצוא בלוויית טקסט ב:

http://www.netcraft.com/Survey

פורום הטיולים המשפחתיים מציע רעיונות להורים המעוניינים להמשיך ולתור את העולם גם לאחר הולדת צאצאיהם.

http://www.familytravelforum.com

"לך על פתוח" הוא אתר ישראלי מסחרי, המציע פתרונות לבעלי רכב המעוניינים להתקין במכוניותיהם גגות נפתחים, כולל סוגי דגמים שונים ותמונות:

http://www.savir.co.il

V98, פסטיבל המוסיקה הבריטי שיתקיים השנה בצ'למספורד וגם בלידס, ייפתח ב־22 באוגוסט, ובאתר הבית שלו נמצאים כל הפרטים החיוניים על הופעותיהם של השרלטנס ורובי ויליאמס, שיועברו גם באינטרנט.

http://www.v98.com

פסטיבל בריטי נוסף שייפתח בסוף החודש, הוא פסטיבל רדינג הידוע. ההופעות לא ישודרו ברשת, אבל ראיונות עם האמנים יש באתר:

http://www.meanfiddler.com

שירות מקוון חדש המבטיח לענות על כל שאלה בנוגע למחשב האישי (כולל מערכות מק ויוניקס!) בדואר אלקטרוני ובתוך 24 שעות. אנגלית בלבד.

http://www.nowonder.com



אוויר לנשימה, אתר המיוחד לחולי אסתמה, כולל מידע רפואי, המלצות למניעה ולטיפול, מידע על תרופות ועוד. אתר מעוצב להפליא, הכולל מדור תשובות לשאלות גולשים.

http://www2.iol.co.il/asthma

קשת בענן יכולה להיות הפתרון לתסמיני הקיץ. איך ליצור קשת פרטית אפשר ללמוד מפרד סטרן, אמן המשתמש בזרנוקים של מכוניות כיבוי אש להתזת מים בעוצמה אל השמים.

http://www.zianet.com/rainbow/home.htm

מצגר

עשר הפעילויות המקוונות החביבות ביותר על האמריקאים

לפי http://www.intelliquest.com/index2.html

1. לטייל ברשת (92%)
2. לשלוח ולקבל דואר אלקטרוני (88%)
3. תחביבים (87%)
4. בירור מידע לפני קנייה (81%)
5. להתעדכן בחדשות (74%)
6. להתעדכן בעניינים הקשורים בעבודה (65%)
7. לתכנן טיולים (63%)
8. להוריד תמונות (60%)
9. לצפות באירועים ברשת (58%)
10. לבדוק מה מזג האוויר (56%)

אתר השבוע

מאות אתרי אינטרנט עולים לאוויר הסייברספייס כל יום, והגולש המנסה להישאר מעודכן עשוי למצוא את עצמו אבוד מול השפע. "פרויקט צופה האינטרנט" של אוניברסיטת ויסקונסין משליט סדר בבלאגן ומספק מפת דרכים, מקל טיולים ומצפן: תיאורים של אתרים חדשים בקצרה ובבהירות, הודעות חשובות וקטלוג אינטליגנטי של אתרים שיבטיח למתעניינים, כי הם לא מפסידים חומר שעשוי לעניין אותם. הפרויקט מיוחד לתחומי החינוך וההשכלה, אבל מדובר ביריעה רחבה דיה, והחומר באתר יכול לספק הרבה מאוד שעות של הנאה למתעניינים.

http://scout.cs.wisc.edu/scout/index.html

מילון

הדמוגרפיה של האינטרנט או הרכב האוכלוסייה המשתמשת באינטרנט – נתון המתקבל אצל חוקרים העוקבים אחר הפעילות באינטרנט באמצעות מדדים שונים: נפח התנועה, מספר המתחברים, זמן גלישה ממוצע של כל מתחבר ועוד ועוד. נתונים עדכניים: 56 מיליון מבוגרים בארה"ב גלשו באינטרנט בשליש האחרון של השנה שעברה. לרבע מהם הכנסה של יותר מ־80 אלף דולר בשנה.

World Wide Web הרשת הגלובלית, שבאמצעותה מחוברים כל משתמשי האינטרנט, המשתמשים בפרוטוקול היפרטקסט להעברת מידע בין מחשבים. מלבד הרשת קיימים באינטרנט גם אתרי גופר, FTP, קבוצות דיון ועוד.

בהכנת המדור השתתפו עידו דב ודפנה לויינוביץ



שלישי, 18.8

04:00 רופאת ילדים עונה לשאלות בענייני בריאות

http://parenttime.com/Experts/expprofile/msearsexp.html

רביעי, 19.8

01:00 הופעה חיה של הזמרת אלנה דיוויס

http://www.sonicnet.com

05:00 צ'ט עם השחקן לי טרגסן על תפקידו בסרט הבריוני החדש OZ

http://www.tvgen.com

חמישי, 20.8

04:00 צ'ט עם הרכב הגז והפאנקי "שליחי הרצון הטוב"

http://chat.yahoo.com

05:00 צ'ט עם פטריק מקני, כוכב סדרת הטלוויזיה המיתולוגית "הנוקמים"

http://www.tvgen.com

22:00 צ'ט עם מנסה נוי

http://www.pnaiplus.co.il

שישי 21.8

01:00 צ'ט עם ג'ין ג'נינגס, ממגזין הרכב "אוטומוביל"

http://automobilemag.com

שבת 22.8

01:00 "ספארי חיות בר": משחק הרפתקאות מקוון לילדים

http://www.talkcity.com

05:30 שעה של מוסיקה ברזילאית

http://www.audionet.com/radio/College/KUSF

05:00 סיור וירטואלי על המאדים בהשתתפות גולשים

http://www.talkcity.com/seismic/mars.html

ראשון 23.8

05:00 אפרופו – מיטב ההקלטות של רדיו פרנקופון הקנדי.

http://www.cbc.ca

08:00 נשימוקריידה, דיון בהנחיית סוזאן וואו

http://www.wowwomen.com

שני 24.8

05:00 חידון טריוויה במסורת היהודית: יידיש, פתגמים, היסטוריה ותנ"ך

http://www.talkcity.com

09:00 מועדון אמצע הלילה – צ'ט בשעות שאמריקה ישנה

http://www.babycenter.com/chat



תראו מה שהעכבר הביא על...

מתיו ברודריק

השחקן האמריקאי מתיו ברודריק נולד ב־21 במארס 1962, בניו יורק ארה"ב, לאב שחקן ולאם תסריטאית. מכיוון שלא הצטיין על מגרש הכדורגל, מצא מתיו נחמה בלימודי משחק. בגיל 17 החל להופיע בתיאטרון לצד אביו, ובהמשך התקדם והשתתף ב"יומן חוף ברייטון" (מאת ניל סיימון) וזכה בפרס "טוני" היוקרתי. בסדרת הטלוויזיה "קשרי משפחה" הובטח לו תפקיד ראשי, אך למרבה הצער באותה עת גסס אביו ממחלת הסרטן, ומכיוון שהתפקיד הצריך מעבר מניו יורק ללוס אנג'לס הוא סירב, והג'וב הועבר למייקל ג'יי פוקס.

הקריירה הקולנועית של ברודריק החלה ב־83' בסרט "משחקי מלחמה" (סרט ההאקרים הראשון), שזכה להכרה עולמית. חייו הפרטיים כמעט שלא עלו לכותרות עד 88'. אז מצא את עצמו ברודריק בסיטואציה לא־נעימה במיוחד – תאונת דרכים קשה יחד עם חברתו אז, השחקנית ג'ניפר גריי. השניים נחבלו קשות, והוא אושפז חודשיים בבית חולים. מאז הספיק ברודריק להשתתף בסרטים רבים ובהצגות בברודווי, ואף תרם את קולו לסרטו של וולט דיסני "מלך האריות".

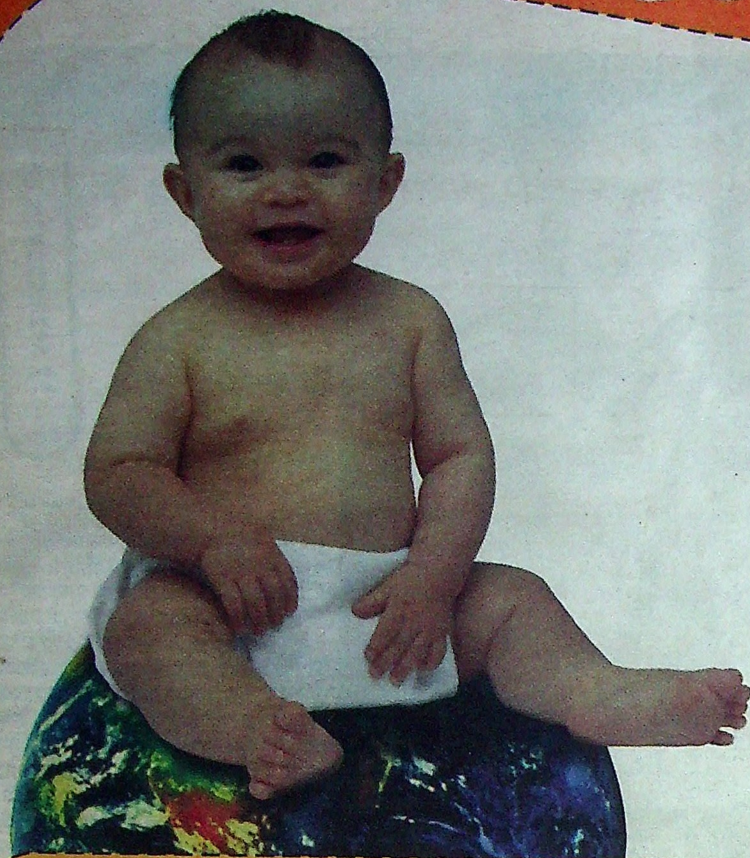
לפי מדד מנוע החיפוש אלטה ויסטה, מוזכר שמו באינטרנט 7,426 פעמים – 6,909 בווב ו־517 בקבוצות הדיון (ואם שמתם לב הצטמק מספר האזכורים של האנשים במדור, זאת הודות להערות ב"פורום קפטן אינטרנט" על שיטת הספירה). יחס הגולשים אליו מעט תמוה. הוא אמנם אינו זוכה למטר השמצות, כמו הסרט האחרון בכיכובו ("גודזילה"), אך נראה כי תפקידו בסרט לא תרם במיוחד למעמדו ככוכב עולה.

בקבוצת הדיון news:rec.arts.movies.current־films מתווכחים הגולשים בעיקר סביב הסצינה "המפחידה", שבה נראה ברודריק מתמודד מול הלטאה המאיימת ומצליח להציל את העולם. אחרים נגעלים עוד יותר מהקלישאה שבה משווים את "גודזילה" ל"קינג־קונג", ואותו לבחורה המסכנה שנגעה ללב הקוף המפחיד.

אף שרוב ההודעות בקבוצות הדיון קשורות בדרך זו או אחרת לסרטו האחרון, יש גם כאלה שלא. בקבוצת הדיון news:alt.sex.homosexual יש הודעה בזו הלשון: "מתיו ברודריק הוא בלי ספק חמוד אמיתי, אבל לצערנו הרב, יש לו ישבן של בחורה". לא ברור מה אשתו, השחקנית שרה ג'סיקה פארקר, שלה הוא נשוי כבר שנה, חושבת בנוגע לישבנו של בעלה. בסוף השנה עתיד לצאת לאקרנים סרט חדש בכיכובו – "המפקח גאדג'ט", גרסה קולנועית לסדרת הטלוויזיה המצוירת משנות השמונים. עד אז אפשר לצפות בו מתעמת עם גודזילה.

- http://www.geocities.com/Hollywood/Boulevard/8612/matt.html
- http://home.earthlink.net/~lmbinc/index.html
- http://www.celebsite.com/people/matthewbroderick
- http://www.geocities.com/Hollywood/Hills/3916

3Com Megahertz



הצולם קטן צליך, צם Megahertz

כרטיס המודם הגלובלי למחשב נישא

בצולם הצסקים המודרני, בו אתה חייב לנוצ ליצדים חדשים והמחשב הנישא הוא כלי צבודתך, כדאי שתיקח איתך את כרטיס המודם הגלובלי "מגהרץ", המחבר אותך מיידית למאגרי המידצ, לאינטרנט, או לרשת המחשבים בארגון, באמצצות הטלפון הרגיל או באמצצות הטלפון הסלולרי, מכל מקום בארץ ובצולם • כרטיס מגהרץ הינו פיתוח של **3Com** במהירות 56k ובטכנולוגיית x2 הבלצדית ל-**3Com** • הכרטיס מצוייד ב-Xjack זציר נשלף, המחבר אותך ישירות לטלפון ביותר מ-250 מדינות ברחבי הצולם **ללא כבלים וללא מתאמים** • הכרטיס כולל את תוכנת WorldPort הייחודית של **3Com** - די לבחור את דגל המדינה או שמה של המדינה, והתוכנה מגדירה באופן אוטומטי את סטנדרט התקשורת בהתאם לתקני המדינה שנבחרה • הכרטיס מקנה, שדרוג־תוכנה חינם לתקן 56k bps ITU V.90 • **מאפשר הורדת מידצ במהירות גבוהה מאוד וחוסך לך כסף רב** • מגהרץ מתאים לכל סוגי המחשבים הנישאים והופך אותך ל"טייס" וירטואלי במאגרי המידצ, מצכשיו אל תטוס בלצדיו.

סטנדרט V.90

מגהרץ תומך בתקני התקשורת של יותר מ-250 מדינות בצולם



כרטיס מודם בלבד



כרטיס משולב:
חיבור לרשת תקשורת
ולקו טלפון אנלוגי

התקנה פשוטה | תומך בתכונות טלפון מתקדמות | תאימות מלאה ל-P.C / MAC

הנך מוזמן לחייג אלינו: 03-6361720 ולבקר באתרנו: WWW.3COM.COM

וַדֵא שֶׁיֵש לך 3Com ברשת